

Title	海外流通チャネルの選択問題：ケイパビリティ理論と取引費用理論による分析
Sub Title	Channel choice in foreign markets : capabilities and transaction cost approaches
Author	高田, 英亮(Takata, Hidesuke)
Publisher	慶應義塾大学出版会
Publication year	2008
Jtitle	三田商学研究 (Mita business review). Vol.51, No.5 (2008. 12) ,p.73- 97
JaLC DOI	
Abstract	海外市場に進出する製造業者にとって重要な意思決定の1つは、海外流通チャネルの適切な選択である。既存研究を踏まえると、この選択は、2つの重要な問題を含んでいるといえる。1つは、製品が製造業者の従業員によって流通されるか外部の流通業者を通じて販売されるかというチャネル統合問題であり、もう1つは、外部の流通業者が用いられる場合に、その流通業者が特定の製造業者の拡張組織として専属的に機能するかどうかというチャネル開閉問題である。 こうした海外流通チャネルの選択問題に関しては、1980年代以降、Williamson (1975, 1985) の取引費用理論を用いた研究がある。取引費用アプローチによる研究は、取引の状況における機会主義と限定合理性に着目し、資産特殊性や不確実性がチャネル統合度・コントロール度に正の影響を及ぼすことを明らかにしている点で高く評価される。しかしながら、そうした研究には、理論と実証の双方の側面から、いくつかの限界がまた指摘される。具体的に言えば、その限界とは、取引費用アプローチは、チャネル選択をめぐる2つの問題のうち、1つの問題のみを適切に捉えることができる点と、その実証分析が、不確実性とチャネル統合度・コントロール度の因果関係に関して、混乱した結果を示している点である。 そうしたなかで、取引費用アプローチの限界を補う理論として、Langlois and Robertson (1995) のケイパビリティ理論が注目しに値する。ケイパビリティ理論の注目すべき点は、生産の状況における限定合理性に着目し、活動間のシステムの相互関連性が統合度に正の影響を及ぼすことや、不確実性が統合度に間接的な負の影響を及ぼすことを指摘している点である。 以上を踏まえて、本稿では、海外流通チャネルの選択問題をケイパビリティ理論と取引費用理論のそれぞれの成果を援用して理論的かつ実証的に分析することを試みる。具体的なチャネル選択問題としては、卸売段階のチャネル選択問題を取り上げる。 詳細な吟味の結果、本稿では、チャネル統合問題に関して、ケイパビリティ理論の観点から、チャネル統合度が製品知識の特異性 (+) によって規定され、そして製品知識の特異性が製品関連の不確実性 (-) によって規定されるという仮説が提示される。続いて、チャネル開閉問題に関して、取引費用理論の観点から、チャネル・コントロール度が卸売サービスの特殊性 (+) および卸売関連の不確実性 (+) によって規定されるという仮説が提示される。日本の製造業者の海外事業部を対象とした実証分析の結果は、そうした本稿の仮説を経験的に支持するものであった。
Notes	論文
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234698-20081200-0073

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the

海外流通チャネルの選択問題*

——ケイパビリティ理論と取引費用理論による分析——

高 田 英 亮

〈要 約〉

海外市場に進出する製造業者にとって重要な意思決定の1つは、海外流通チャネルの適切な選択である。既存研究を踏まえると、この選択は、2つの重要な問題を含んでいるといえる。1つは、製品が製造業者の従業員によって流通されるか外部の流通業者を通じて販売されるかというチャネル統合問題であり、もう1つは、外部の流通業者が用いられる場合に、その流通業者が特定の製造業者の拡張組織として専属的に機能するかどうかというチャネル開閉問題である。

こうした海外流通チャネルの選択問題に関しては、1980年代以降、Williamson (1975, 1985) の取引費用理論を用いた研究がある。取引費用アプローチによる研究は、取引の状況における機会主義と限定合理性に着目し、資産特殊性や不確実性がチャネル統合度・コントロール度に正の影響を及ぼすことを明らかにしている点で高く評価される。しかしながら、そうした研究には、理論と実証の双方の側面から、いくつかの限界がまた指摘される。具体的に言えば、その限界とは、取引費用アプローチは、チャネル選択をめぐる2つの問題のうち、1つの問題のみを適切に捉えることができる点と、その実証分析が、不確実性とチャネル統合度・コントロール度の因果的關係に関して、混乱した結果を示している点である。そうしたなかで、取引費用アプローチの限界を補う理論として、Langlois and Robertson (1995) のケイパビリティ理論が注目に値する。ケイパビリティ理論の注目すべき点は、生産の状況における限定合理性に着目し、活動間のシステムの相互連関性が統合度に正の影響を及ぼすことや、不確実性が統合度に間接的な負の影響を及ぼすことを指摘している点である。

以上を踏まえて、本稿では、海外流通チャネルの選択問題をケイパビリティ理論と取引費用理論のそれぞれの成果を援用して理論的かつ実証的に分析することを試みる。具体的なチャネル選択問題としては、卸売段階のチャネル選択問題を取り上げる。

詳細な吟味の結果、本稿では、チャネル統合問題に関して、ケイパビリティ理論の観点から、チャネル統合度が製品知識の特異性(+)によって規定され、そして製品知識の特異性が製品関連の不確実性(-)によって規定されるという仮説が提示される。続いて、チャネル開閉問題に関して、取引費用理論の観点から、チャネル・コントロール度が卸売サービスの特殊性(+)および卸売関連の不確実性(+)によって規定されるという仮説が提示される。日本の製造業者の海外事業部を対象とした実証分析の結果は、そうした本稿の仮説を経験的に支持するものであった。

*) 本稿の公表に際して、筆者は、清水猛名誉教授および高橋郁夫指導教授に心からの謝意を表します。また、草稿段階で貴重なご意見をいただいた商学部の諸先生方およびお2人の匿名レフェリーの先生方に心よりお礼を申し上げます。

＜キーワード＞

海外流通チャネル，統合型チャネル，閉鎖型チャネル，開放型チャネル，ケイパビリティ理論，取引費用理論，製品知識の特異性，卸売サービスの特殊性，製品関連の不確実性，卸売関連の不確実性，共分散構造分析

1. はじめに

自国市場の飽和やさらなる市場拡大を背景に，現在，数多くの製造業者が自国以外の市場に進出している。そうした国際的な製造業者にとって重要な意思決定の1つは，海外流通チャネルの適切な選択である。¹⁾ 既存の海外チャネル選択研究（例えば，Anderson and Coughlan 1987, Klein, Frazier and Roth 1990, そしてAulakh and Kotabe 1997）を踏まえると，この選択は，2つの重要な問題を含んでいるといえる。第1に，製品は，製造業者の従業員によって流通されるか，それとも外部の流通業者を通じて販売されるか。これは，チャネル統合の問題——統合型チャネルか非統合型チャネルか——である。第2に，外部の流通業者——非統合型チャネル——が用いられる場合に，その流通業者は，特定の製造業者の拡張組織として専属的に機能するかどうか。これは，チャネル開閉の問題——閉鎖型チャネルか開放型チャネルか——である。本稿は，チャネル統合問題とチャネル開閉問題の両方——統合型チャネルか，閉鎖型チャネルか，それとも開放型チャネルか——を取り扱う。

こうした海外流通チャネルの選択問題は，マーケティング研究，とりわけ流通論や国際マーケティング論における重要な研究課題であり，これまでに多くの研究が蓄積されてきた。そのなかでも，1980年代以降，注目すべき研究は，Williamson (1975, 1985) の取引費用理論を用いた研究である。取引費用アプローチによる海外チャネル選択研究として，例えば，Anderson and Coughlan (1987), Klein (1989), Klein, Frazier and Roth (1990), そして牛丸 (1995-1996, 1997) などが挙げられる。²⁾ 取引費用アプローチによる研究は，取引の状況における機会主義と限定合

1) 既存研究では，海外流通チャネルに関するいくつかの特徴が指摘されている。流通チャネルによって培われたノウハウは，国際化の次のステップである海外生産の橋頭堡にもなる（牛丸 1997）。また，海外進出企業が直面する多様な不確実性は，チャネル選択において，コントロールと柔軟性のバランスを要求する（Aulakh and Kotabe 1997）。

2) マーケティングや関連領域の研究者は，経済組織のさまざまな問題の解明に取引費用分析を適用している。まず，国内市場の文脈で行われた研究として，Anderson and Schmittlein (1984) と Anderson (1985) は，販売機能の統合問題に関する取引費用論的説明を電子部品企業を対象にテストしている。Walker and Weber (1984, 1987) は，部品の自製・購買問題に関する取引費用モデルを自動車企業を対象にテストしている。Balakrishnan and Wernerfelt (1986) は，消費財および生産財企業によるさまざまな経済活動の垂直統合問題を分析している。John and Weitz (1988) は，生産財企業による流通活動の垂直統合問題を検討している。次に，国際市場の文脈で行われた研究として，多国籍企業による海外子会社のコントロール問題は Anderson and Gatignon (1986) と Gatignon and Anderson (1988) によって分析されている。サービス企業による海外進出形態の選択問題は，Erramilli and Rao (1993) によって吟味されている。なお，取引費用分析の詳細なレビューに関しては，Rindfleisch and Heide (1997) を参照のこと。

理性に着目し、資産特殊性や不確実性がチャネル統合度・コントロール度に正の影響を及ぼすことを明らかにしている点で高く評価される。しかしながら、そうした研究には、理論と実証の双方の側面から、いくつかの限界がまた指摘される。具体的に言えば、その限界とは、取引費用アプローチは、チャネル選択をめぐる2つの問題のうち、1つの問題のみを適切に捉えることができる点と、その実証分析が、不確実性とチャネル統合度・コントロール度の因果的關係に関して、混乱した結果を示している点である。そうしたなかで、取引費用アプローチの限界を補う理論として、Langlois and Robertson (1995) のケイパビリティ理論が注目値する。ケイパビリティ理論の注目すべき点は、生産の状況における限定合理性に着目し、活動間のシステムの相互連関性が統合度に正の影響を及ぼすことや、不確実性が統合度に間接的な負の影響を及ぼすことを指摘している点である。なお、ケイパビリティ理論と取引費用理論の両方を用いた海外チャネル選択研究は、これまであまり行われていない。そうした研究の希少例として、Aulakh and Kotabe (1997) があるが、彼らはチャネル選択と2つの理論の關係に関して詳細な検討を行っておらず、その点で課題が残る。

以上を踏まえて、本稿では、3種類の海外流通チャネル——統合型チャネル、閉鎖型チャネル、そして開放型チャネル——の選択問題をケイパビリティ理論と取引費用理論のそれぞれの成果を援用して理論的かつ実証的に分析することを主たる目的とする。具体的なチャネル選択問題としては、卸売段階のチャネル選択問題を取り上げる。本稿は、以下の2つの点で、特徴的であるといえる。第1に、本稿は、ケイパビリティ・アプローチと取引費用アプローチの統合を行う際に、折衷的なモデル化ではなく、両アプローチの理論構造の特質と分析可能な現象を踏まえたうえで、補完的かつ段階的なモデル化を試みる。第2に、実証分析は、2次データではなく、日本の製造業者の海外事業部から集められる1次データを用いて行われる。具体的な分析手法としては、分散構造分析が採用される。

また、本稿は、流通チャネルの選択と構造的進化の問題を主に国内市場の状況で分析した前稿(高田 2007)の継続的研究であり、その関連で以下の2つの下位目的を持つ。第1の下位目的は、前稿において提示されたチャネル選択仮説が、国内市場の状況だけでなく、海外市場の状況においても適用可能かどうかを確かめることである。これは、仮説の空間的妥当性を検討する重要な試みである。第2の下位目的は、前稿では吟味されていない本稿の新たな課題であるが、既存の実証分析において混乱が生じている、環境の不確実性とチャネル統合度・コントロール度の因果的關係を整序することである。不確実性とチャネル選択の關係をめぐる混乱は、海外市場の状況において顕著な問題である。その理由としては、海外市場が、国内市場と比較して、多様な不確実性によって特徴づけられることが挙げられる(Mascarenhas 1982)³⁾。本稿は、不確実性をケイパビリティ理論と深く関連する製品関連の不確実性と取引費用理論と深く関連する卸売関連の不確実性に区分したうえで、それぞれが海外チャネル選択に異なる影響を及ぼすことを主張する。

本稿は、次のように構成される。第2節では、既存研究を踏まえつつ、3種類の海外流通チャ

3) 久保(2003b)が指摘しているように、海外市場は、高い不確実性やそれを背景とした強い機会主義を伴うために、取引費用モデルの応用領域として適しているかもしれない。

ネルの特徴を明確化する。第3節では、取引費用アプローチによる海外チャネル選択研究をレビューし、その成果と限界を指摘する。第4節では、取引費用アプローチの限界を補う理論として、ケイパビリティ理論を導入し、その成果を明らかにする。第5節では、ケイパビリティ理論と取引費用理論のそれぞれの成果を援用した分析枠組とその分析枠組のもとで識別される新たな概念を明示したうえで、仮説を提示する。第6節では、仮説の経験的妥当性を検討すべく、共分散構造分析を用いた実証分析を行い、最後に、結語を述べる。

2. 3種類の海外流通チャネル

本節では、既存研究を踏まえつつ、本稿の説明対象たる3種類の海外流通チャネルの特徴を明確化する。

海外流通チャネルの選択肢に関して、既存研究は、2種類を提示しているもの（もしくは、1つの問題を取り扱っているもの）と3種類を想定しているものに大別される。前者の例として、Anderson and Coughlan (1987) は、統合型チャネルと独立型チャネルを問題にしている。Klein (1989) と牛丸 (1997) は、チャネル・コントロール度の強さを従属変数にしている。後者の例として、Klein, Frazier and Roth (1990), 牛丸 (1995-1996), そして Aulakh and Kotabe (1997) は、(1) 企業組織的なチャネル、(2) 中間組織的なチャネル、そして (3) 市場的なチャネルの3種類を取り上げ、その具体例として、(1) に関しては完全所有販売子会社を、(2) に関しては他の企業とのジョイント・ベンチャーや代理店契約を、そして (3) に関しては独立の流通業者を挙げている。ここで、2つの点に注意が必要である。第1に、前者の研究に関して、Anderson and Coughlan と Klein らは、一部重なる部分はあるものの、厳密には異なる問題を扱っている。第2に、そのうち、Anderson and Coughlan のチャネル統合問題は、後者の研究における (1) と (2) の間の境界問題と、Klein らのチャネル・コントロール問題は、(2) と (3) の間の境界問題と密接に関連している。以上を踏まえて、本稿では、流通チャネルの選択肢として、統合度が高い企業組織的なチャネル、統合度は高くはないがコントロール度が高い中間組織的なチャネル、そしてコントロール度が低い市場的なチャネルの3種類を取り上げる。⁴⁾

続いて、以下では、企業組織的なチャネル、中間組織的なチャネル、そして市場的なチャネルが、本稿が注目する卸売活動の状況において、いかなるチャネルであるのかをより明確化したい。そのためには、それら3種類の流通チャネルを区別する統合度とコントロール度の具体的な意味

4) 企業組織、中間組織、そして市場の選択問題を扱った先駆的研究として、Richardson (1972) が注目に値する。彼は、それら3つの取引形態を二次元的に捉え、2つの次元として、活動間の類似性と活動間の補完性を採用した。活動間の類似性とは、2つの活動が、同じケイパビリティを用いて遂行されるか、それとも異なるケイパビリティを用いて遂行されるかに対応し、活動間の補完性とは、2つの活動が、量的にも質的にもコーディネートされるかどうかに対応する。そのうえで、彼は、類似的かつ補完性の高い活動は企業によって、異質的かつ補完性の高い活動は中間組織によって、そして異質的かつ補完性の低い活動は市場によってそれぞれ遂行されると主張した。この議論は、企業組織、中間組織、そして市場の三分法、しかも、それら3つの取引形態を二次元的に捉えた論の始まりとして、きわめて重要な意味を持つものである。

図表 1 3 種類の海外流通チャネル

チャネルの特徴	非統合 (統合度が中程度ないし低い)	統合 (統合度が高い)
閉鎖 (コントロール度が高い)	閉鎖型チャネル 例) ジョイント・ベンチャー	統合型チャネル 例) 完全所有販売子会社
開放 (コントロール度が低い)	開放型チャネル 例) 独立の卸売業者	

を知る必要があろう。まず、統合度とは、製造業者が卸売活動を所有権的に内部化している程度のことである (Anderson and Coughlan 1987, 久保 2003b)。製造業者が完全所有販売子会社や卸売部門を設置して卸売活動を自ら行う場合は、統合度が高い状況に相当する。本稿では、この統合度が高いチャネルを統合型チャネルと呼ぶ。他方で、統合度が中程度ないし低い場合は、ジョイント・ベンチャーや独立の卸売業者を通じて卸売活動が行われることを意味する。本稿では、これらのチャネルを非統合型チャネルと呼ぶ。次に、コントロール度とは、卸売活動が特定の製造業者のコントロールのもとに行われている程度のことを意味する (Klein 1989) が、この概念は、風呂 (1968) のチャネルの開閉基準と密接に関連するものであろう。風呂は、生産者と商人の行動準拠が矛盾するために、チャネル関係が基本的にチャネル開閉をめぐる対立的であることを前提として、製造業者により大きなコントロール権が与えられる場合は閉鎖型チャネルが形成され、逆に卸売業者により大きなコントロール権が与えられる場合は開放型チャネルが形成されることを示唆している。統合型チャネルは閉鎖的でもあるため、ここでは、チャネル開閉を非統合型チャネルに限定して用いるが、閉鎖型チャネルは、製造業者と卸売業者の 1 対 1 の相互作用関係のなかに、製造業者による卸売業者の操作可能性や卸売業者の製造業者に対する協調が組み込まれているものであり、反対に、開放型チャネルは、それらが組み込まれていないものである⁵⁾。以上の議論をまとめれば、図表 1 のようになる。本稿では、図表に示される、統合型チャネル、閉鎖型チャネル、そして開放型チャネルのそれぞれが、いかなる状況で選択されるかという問題を吟味する。

3. 取引費用アプローチ

海外チャネル選択を含め、取引形態の選択問題を吟味する有力な理論の 1 つとして、Williamson (1975, 1985) の取引費用理論がある。取引費用理論は、新制度主義を構成する理論の 1 つである。その理論は、Coase (1937) の市場利用の費用と市場と企業の選択問題に関する議論を理論的に精緻化したものとして位置づけられる。その一般的な主張は次の通りである。取

5) 風呂 (1968) によれば、チャネル開閉は、卸売業者に課せられる商品取扱制限の有無の側面からも捉えることができる。そこで、閉鎖型チャネルとは、卸売業者が当該製造業者の製品のみを排他的に取り扱う場合であり、開放型チャネルとは、当該製造業者と競争関係にある他の製造業者の製品をも取り扱う場合である。

引を市場で行うか企業内で行うかは、取引を市場で行う場合にかかる取引費用の高低によって決まる。すなわち、取引費用が低い場合は、市場取引が選択される一方で、取引費用が高い場合は、その取引費用を節約すべく、企業内取引が選択される⁶⁾。ここで、取引費用とは、契約の締結や実現にまつわる費用であり、契約の立案や交渉に関わる事前費用と契約の監視や実効化に関わる事後費用を含むものである (Williamson 1985, Rindfleisch and Heide 1997)。Williamson はこの主張を自身の分析枠組に基づいて行うわけであるが、彼自身も Rindfleisch and Heide (1997) も述べているように、その分析枠組は、主に、人間行動の2つの主要な仮定——機会主義と限定合理性——と取引の2つの主要な次元——資産特殊性と不確実性——の間の2つの相互作用のセットから成り立っている。また、それぞれの相互作用のセットは、資産特殊性仮説と不確実性仮説という取引費用理論の2つの重要な仮説と結びついている。以下では、それぞれの仮説ごとに、既存研究のレビューおよびその成果と限界の指摘を行う。

3-1. 資産特殊性仮説

ここでは、まず、主に Williamson (1975, 1985) や Rindfleisch and Heide (1997) に依拠して、取引費用理論の資産特殊性仮説を再構成する。Williamson によれば、資産特殊性仮説は、機会主義と資産特殊性の相互作用と深く関連する。ここで、機会主義とは、経済主体は自己利益を追求するという伝統的な仮定に戦略的行動の要素をも含めたものであり、自己利益を狡猾な仕方でも追求することを意味する。また、機会主義的な人々とそうでない人々を事前に区別することは難しい。こうした機会主義は、取引関係が一般的資産ではなく特殊的資産によって支えられている、資産特殊性が高い状況において問題となる。特殊的資産は、特定の取引関係の外部ではほとんど価値を持たない、サンク・コスト的性質を有する。Rindfleisch and Heide が述べているように、例えば、流通業者のトレーニングに投資を行っている製造業者は、事後的に、その流通業者を新たな流通業者に置き換える困難性に直面するかもしれない。既存の流通業者は、その状況を機会主義的に利用して、製造業者に対して不誠実な行動をとる可能性がある。製造業者がそうした流通業者の機会主義的行動の可能性を抑制するためには、契約の事前にも事後にも多大な取引費用がかかるであろう。このとき、製造業者は、その取引費用を節約すべく、流通業者を用いる市場取引に代えて、流通活動を自ら行う企業内取引を選択するであろう。企業内取引では、権限に基づく命令を通じて、機会主義の脅威を抑制することができる。かくして、取引費用理論は、資産特殊性は統合度に正の影響を及ぼすと仮説化する。Williamson 自身が「取引を識別する最も重要な次元は資産特殊性である」(1985, p.30) と述べているように、この仮説は取引費用理論の中核をなすものといえる。

マーケティングや関連領域の研究者は、上述の資産特殊性仮説をチャネル選択問題に当てはめ、その実証分析を行っている。以下では、そうした実証分析のうち、本稿と同様に、海外チャネル選択問題を対象とした既存研究をレビューする。

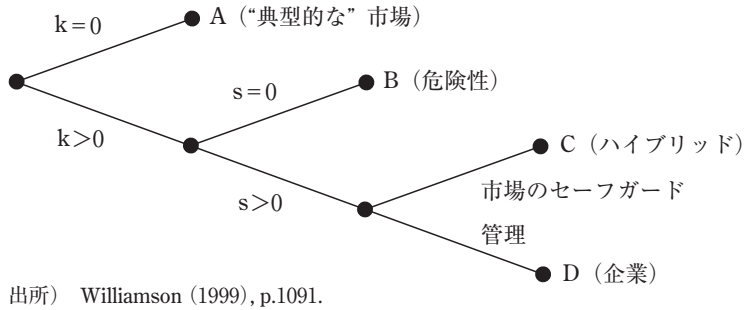
6) 取引費用理論の特徴の1つとして、市場と企業の選択問題を解明する際、「最初に市場があった」(Williamson 1975, p.20) ということを仮定している点が挙げられる。

Anderson and Coughlan (1987) は、取引費用理論にしたがって、独立型チャネルの優位性をア・プリオリに仮定したうえで、この独立型チャネルは、流通サービスの市場が競争的であるときには不適切な流通業者を置き換える製造業者の能力が存在するためにうまく機能するが、流通サービスの内容が特殊である場合にはその能力が減少するためにうまく機能せず、その場合には、置換困難な流通エージェントをよりよく動機づけることが可能な統合型チャネルが選択されることを主張した。具体的に、彼女らは、流通機能の資産特殊性はチャネル統合度に正の影響を及ぼすという仮説を設定し、アメリカの半導体企業の海外チャネル選択問題を対象に実証分析を行った。実証分析の結果は、仮説を支持するものであった。その後、いくつかの研究が、海外流通チャネルの状況において、資産特殊性仮説の経験的テストを行っている。Klein (1989) は、カナダの輸出企業を対象として、資産特殊性がチャネル・コントロール度に正の影響を及ぼすことを確認している。Klein, Frazier and Roth (1990) は、同じくカナダの輸出企業に関して、資産特殊性がチャネル統合度と正の関係を持つことを示している。我が国においては、牛丸 (1995-1996, 1997) が、日本の輸出企業を対象として、資産特殊性仮説が経験的に支持されることを確認している。こうして、資産特殊性仮説は、海外流通チャネルの状況において、ある程度の経験的妥当性を持つものといえる。

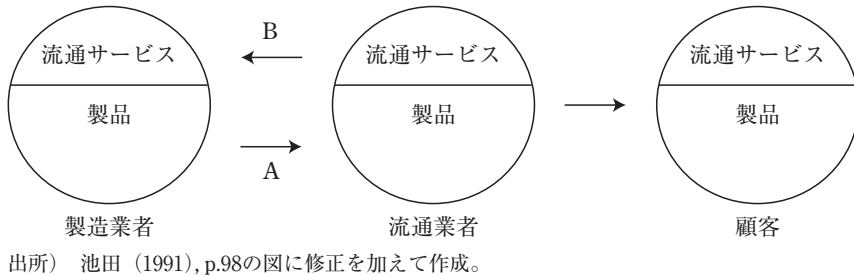
ただし、資産特殊性仮説の注意すべき点として、流通サービスの内容が特殊である場合に発生する取引費用問題は、統合型チャネルだけでなく、閉鎖型チャネルによっても解決されうることが挙げられる。例えば、Klein (1989) は、チャネル・コントロール度を従属変数にしているが、その程度が高いチャネルは、企業組織的なチャネルのみならず、中間組織的なチャネルをも含むものである。また、牛丸 (1995-1996) は、資産特殊性仮説は、従属変数として、市場的なチャネル vs. 中間組織的なチャネルおよび企業組織的なチャネルを設定したときに、最も説明力が高くなることを発見している。これらの研究は、流通サービスの特殊性が高まるほど、中間組織的なチャネルや企業組織的なチャネルが選択されることを示している。この注意点は、現在、Williamson 自身によっても明確に認識されている。そのことを示す1つの例が、図表2に示される Williamson (1999) の簡単な契約図式である。そこで、Williamson は、財ないしサービスを供給するための2つの代替的な資産と取引特殊の資産を守るためのセーフガードの有無を説明要因として、次のような4つの契約の帰結 (A～D) を示している。一般的資産 ($k = 0$) は、市場取引 (A) をもたらす。他方で、特殊の資産 ($k > 0$) を要求する取引は、機会主義の脅威にさらされるが、セーフガードが存在しない場合 ($s = 0$)、その取引は、かなりの危険性 (B) を伴う。それに対して、セーフガードが提供される場合 ($s > 0$)、その取引は、ハイブリッド (中間組織) (C) か企業 (D) かのどちらかの形態をとる。ここで、重要なことは、高い資産特殊性に伴う高い取引費用の節約手段として、企業とハイブリッドの2種類のガバナンス構造が存在することである。

それでは、既存研究において、資産特殊性仮説内の歪み——流通サービスの特殊性が、統合型チャネルの選択というよりも、むしろ開放型チャネルの回避の規定要因であること——が発生した原因は何であろうか。その原因として本稿が注目するのは、取引費用アプローチの流通認識の

図表 2 簡単な契約図式



図表 3 一般的な流通認識



アンバランスさである。風呂 (1987) や池田 (1992) が指摘しているように、取引費用アプローチは、製品の流通過程の問題を流通サービス市場の問題として捉えるという独特な流通認識を持つ。ここでは、図表3を用いて、その独特な流通認識を説明する。図表3は、製品流通が、製造業者が流通業者に販売する製品 (A)、流通業者が製造業者に販売する流通サービス (B)、そしてそうした製品と流通サービスを購入する顧客を中心に成り立っているという一般的な流通認識を示している。図表3において、取引費用アプローチが焦点を当てるのは、主に (B) の流通サービスの問題である。それは、そのアプローチが、製造業者が流通業者から必要な流通サービスを調達するために要する費用に注目していることから明らかであろう。その一方で、取引費用アプローチは、(A) の製品の問題を軽視する。例えば、そのアプローチは、流通サービスを提供するうえで必要不可欠な製品知識を製造業者から流通業者へと移転するのにかかる費用をうまく取り扱うことができない。また、そのアプローチにおいて、製造技術に関する機密情報が外部の流通業者を通じて競合する製造業者に漏洩するリスクが扱われることは少ない。(B) の流通サービスの問題を前面に押し出す一方で、(A) の製品の問題を背後に追いやること、それが取引費用アプローチの流通認識のアンバランスさである。以上の議論を踏まえて、本稿は、資産特殊性仮説では十分に説明できない統合型チャネルの選択問題を解く鍵は、取引費用アプローチが十分な注意を払っていない製品の問題にあると考える。

3-2. 不確実性仮説

ここでは、まず、主に Williamson (1975) や Rindfleisch and Heide (1997) に依拠して、取引費用理論の不確実性仮説を再構成する。取引費用が高いとき、市場取引が回避され、その取引費用を節約すべく、企業内取引が選択されるという一連のストーリーが、取引費用理論の一般的な主張であるが、その状況は、既述された機会主義と高い資産特殊性が結びついた場合だけではなく、限定合理性と高い不確実性が結びついた場合にも生じうる。ここで、限定合理性とは、意思決定者は、合理的に行動しようと意図するが、この意図は、限定された情報処理能力とコミュニケーション能力によって制限されることを意味する。取引費用理論によれば、これらの制約は、完全なデシジョン・ツリーを記述することが非常に高くつく、環境の不確実性が高い状況において問題となる。環境の不確実性がそのすべてを考慮することができないほど高くなる場合には、その状況が意思決定者の情報処理・コミュニケーション能力の限界を越えるために、市場取引においてあらゆる取引条件を事前に明記した包括的な契約を結ぶことは、多大な取引費用を伴うであろう。このとき、その取引費用を節約すべく、市場取引に代わって、企業内取引が選択されるであろう。企業内取引では、適応的で逐次的な意思決定プロセスを通じて、限定合理性の影響を軽減することができる。かくして、取引費用理論は、不確実性は統合度に正の影響を及ぼすと仮説化する。

マーケティングや関連領域の研究者は、上述の不確実性仮説の実証分析を行っている。以下では、そのうち、本稿と同様に、海外チャネル選択問題を扱った既存研究をレビューする。

Klein (1989) は、不確実性はチャネル・コントロール度に正の影響を及ぼすという取引費用理論の不確実性仮説を認識しながらも、それと対立するコンティンジェンシー理論⁷⁾の見解や、統合問題への相反する不確実性の効果を支持する Balakrishnan and Wernerfelt (1986) の主張⁸⁾などを踏まえて、チャネル・コントロール度に対する不確実性の影響は、不確実性のタイプによって異なるという仮説を設定し、実証分析を行った。その結果、チャネル・コントロール度に対して、複雑性は正の影響を、動態性は負の影響をもたらすことが示された。彼は、不確実性を時間的な不確実性と空間的な不確実性に区分し、前者を動態性、後者を複雑性として把握している。その継続的研究である Klein, Frazier and Roth (1990) は、環境の不確実性を流動性と多様性に区分したうえで、流動性はチャネル統合度に正の影響を、多様性はチャネル統合度に負の影響を及ぼすと仮説化した。流動性とは、環境が急速に変化して、企業が予期せぬ事態に遭遇する程度のことであり、多様性とは、環境の不確実性に関して、多様な源泉が存在する程度のことである。実証分析の結果、彼らの仮説は支持された。しかしながら、留意すべきことに、彼らの結果は、Klein の結果と矛盾するものである。構成概念や質問項目から判断して、2つの研究において、複雑性と多様性、動態性と流動性が同等の概念として考慮されるが、分析結果は双方とも正負が

7) コンティンジェンシー理論は、環境の不確実性が高まるほど、組織構造は柔軟なものになると主張する。

8) Balakrishnan and Wernerfelt (1986) は、不確実性は一般的に統合を支持するが、技術の不確実性は反対の方向に作用すると主張している。これと類似した見解は、Walker and Weber (1984, 1987) によっても提示されている。彼らは、最終的に、取引量の不確実性は非競争的市場において部品の自製に正の影響を及ぼす一方で、技術の不確実性は競争的市場において部品の購買に正の影響を及ぼすことを発見している。

図表 4 不確実性仮説の分析結果

研究	符号仮説	分析結果	独立変数とその質問項目	従属変数とその質問項目
Klein (1989) 調査対象： 消費財および 生産財企業 分析サンプル数： n = 338 主たる分析手法： 重回帰分析	複雑性 + / -	複雑性 +	複雑性（7点尺度） ・当該製品市場には、多くのユーザーがいる。 ・当該製品市場には、多くの競合他社がいる。 ・当該製品市場には、ごく少数の顧客しかいない（符号は逆）。	チャンネル・コントロール度（7点尺度） 集権化 ・貴社は、物流活動に関して、主体的な意思決定を行っている。 ・貴社は、販売促進活動の遂行に対して、かなりの影響力を持っている。 ・貴社は、製品がそのブランド力を損なわないことを要求する。
	動態性 + / -	動態性 -	動態性（7点尺度） ・顧客は頻繁に、サプライヤーを変更する。 ・貴社はしばしば、小売業者や卸売業者の想定外の行為に遭遇する。 ・貴社はしばしば、競合他社の想定外の行為に遭遇する。 ・貴社はしばしば、顧客の想定外の反応に直面する。	公式化 ・取引関係は、明細に記された契約によって管理されている。 ・苦情や返品は、標準的な方法によって対処されている。 ・貴社は、顧客関係に関わる詳細なフィードバック情報を定期的に入手する。
Klein, Frazier and Roth (1990) 調査対象： 消費財および 生産財企業 分析サンプル数： n = 346 主たる分析手法： 多項ロジット分析	流動性 +	流動性 +	流動性（7点尺度） ・貴社はしばしば、小売業者や卸売業者の想定外の行為に遭遇する。 ・貴社はしばしば、競合他社の想定外の行為に遭遇する。 ・貴社はしばしば、顧客の想定外の反応に直面する。	チャンネル統合度（1つだけ選択） 企業組織的なチャンネル（子会社オプション） ・完全所有販売子会社を設けて販売する。 企業組織的なチャンネル（国内オプション） ・貴社の従業員を用いて直接取引相手に販売する。
	多様性 -	多様性 -	多様性（7点尺度） ・当該製品市場には、多くのユーザーがいる。 ・当該製品市場には、多くの競合他社がいる。 ・当該製品市場には、ごく少数の顧客しかいない（符号は逆）。	中間組織的なチャンネル ・他企業とのジョイント・ベンチャーを通じて販売する。 ・他企業と代理店契約を結びそれを通じて販売する。 市場的なチャンネル ・独立の流通業者を通じて販売する。

研究	符号仮説	分析結果	独立変数とその質問項目	従属変数とその質問項目
牛丸 (1995-1996) 調査対象： 消費財および 生産財企業 分析サンプル数： n = 86 主たる分析手法： ロジスティック 回帰分析	不確実性 +	不確実性 ×	不確実性 (4点尺度) ・現地競合他社の行動は予測しやすいですか、しにくいですか。 ・現地流通業者の行動は予測しやすいですか、しにくいですか。 ・ユーザーのニーズや行動は予測しやすいですか、しにくいですか。	チャネル統合度 (1つだけ選択) 企業組織的なチャネル ・現地に支店や完全所有販売子会社を設けて販売する。 中間組織的なチャネル ・日系もしくは日本企業とのジョイント・ベンチャーを通じて販売する。 ・現地企業とのジョイント・ベンチャーを通じて販売する。 ・現地企業と代理店契約を結びそれを通じて販売する。
	複雑性 -	複雑性 +	複雑性 (4点尺度) ・進出先の海外市場には、数多くの多様なニーズを持ったユーザーがいる。 ・進出先の海外市場には、数多くのさまざまなパターンの競合他社がいる。 ・進出先の海外市場には、ユーザーが非常に多くいて把握できないほどである。	市場的なチャネル ・支店、子会社、代理店等を設置することなく注文に応じて直接取引相手に販売する。
牛丸 (1997) 調査対象： 消費財および 生産財企業 分析サンプル数： n = 137 主たる分析手法： 重回帰分析	不確実性 +	不確実性 ×	不確実性 (4点尺度) ・現地競合他社の行動は予測しやすいですか、しにくいですか。 ・現地流通業者の行動は予測しやすいですか、しにくいですか。 ・ユーザーの行動は予測しやすいですか、しにくいですか。	チャネル・コントロール度 (1つだけ選択) ・現地に完全所有販売子会社を設けて販売する (5点)。 ・出資比率51%以上の販売子会社を設けて販売する (4点)。 ・出資比率50%以下の販売子会社を設けて販売する (3点)。 ・現地企業と代理店契約を結びそれを通じて販売する (2点)。 ・子会社や代理店を設けることなく注文に応じて直接輸出する (1点)。
	複雑性 +	複雑性 -	複雑性 (4点尺度) ・輸出先の海外市場には、数多くの多様なニーズを持ったユーザーがいる。 ・輸出先の海外市場には、数多くのさまざまなパターンの競合他社がいる。 ・輸出先の海外市場には、流通業者が非常に多くいて把握できないほどである。	

注1) Klein, Frazier and Roth (1990) の分析結果は、流動性に関しては、市場的なチャネルないし中間組織的なチャネル vs. 企業組織的なチャネル (子会社オプション)、多様性に関しては、市場的なチャネルないし中間組織的なチャネル vs. 企業組織的なチャネル (国内オプション) を従属変数とした場合のものである。

注2) 牛丸 (1995-1996) の分析結果は、市場的なチャネル vs. 企業組織的なチャネルおよび中間組織的なチャネルを従属変数とした場合のものである。

注3) 分析結果に関して、+は少なくとも10%水準で正で統計的に有意、-は負で有意、×は非有意を意味する。

入れ替わっており、混乱が生じている。また、その結果は、企業組織的なチャネルとして、流動性では海外販売子会社の設立を、多様性では国内から海外への直接販売を取り上げた場合のものであることに注意する必要がある。

こうした1つの混乱が見られるなかで、Klein, Frazier and Rothの2つの不確実性仮説を日本の製造業者を対象にテストした研究として、牛丸(1995-1996)が注目される。彼は、流動性を不確実性、多様性を複雑性と称したうえで、チャネル統合度に対して、不確実性は正の効果を、複雑性は負の効果をもたらすという仮説をテストした。しかしながら、その実証分析はまた、混乱した結果を示している。前者の仮説が非有意となる一方で、後者は仮説とは逆の符号で有意となり、仮説は双方とも支持されなかった。この分析結果は、Klein, Frazier and Rothの結果と矛盾するが、複雑性に関しては、Kleinの結果と一致している。また、留意すべきことに、牛丸の結果は、従属変数として、市場的なチャネル vs. 中間組織的なチャネルおよび企業組織的なチャネルを取り上げた場合のものである。その後、牛丸(1997)は、環境の不確実性・複雑性が高まるほど、チャネル・コントロール度が強まるという仮説を設定し、実証分析を再度行った。その結果、やはり不確実性に関する仮説は、非有意であった。他方、複雑性に関しては、期待に反して負の関係で有意であったが、この分析結果は、Kleinと前回の牛丸の結果と矛盾する一方で、今度は、Klein, Frazier and Rothの結果と一致するものである。こうした一連のさまざまな混乱は、既存研究における不確実性の区分の仕方や流通チャネルの捉え方に問題があることを指摘しうる、興味深い結果である。

図表4は、Klein(1989)から牛丸(1997)までの不確実性仮説の分析結果を一覧表にまとめたものである。全体として、海外チャネル選択に関する既存の取引費用論的実証分析は、不確実性仮説に対して部分的な支持を提供しているにすぎない。このことは、取引費用理論のみを用いて、海外チャネル選択に対する不確実性の影響を明確に説明することは困難であるとともに、不確実性仮説に関して、理論的な再考が必要であることを示唆するものである。特に、その際、取引費用理論に加えて、その理論では十分に説明できない不確実性とチャネル統合度の負の関係を説明できる新たな理論に注目することが必要である。

4. ケイパビリティ・アプローチ

取引費用アプローチでは十分に説明できない問題、すなわち、(1)製品の問題と統合型チャネルの選択問題の関係と(2)不確実性と統合度の負の関係を扱う理論として本稿が注目するのが、Langlois and Robertson(1995)のケイパビリティ理論である。ケイパビリティ理論は、取引費用理論と同様に、新制度主義を構成する理論の1つである。その理論は、取引費用理論が扱ってきた企業境界の問題を、取引費用理論では一定とされていたケイパビリティや知識の企業間差異の観点から理解する試みとして位置づけられる。その基本的な主張は次の通りである。活動を内部化するか外部化するかは、各企業が持つケイパビリティの比較優位によって決まる。すなわち、企業は、他企業に比べて、優れたケイパビリティを持つ活動を内部化し、劣ったケイパビリティ

を持つ活動を外部化する。⁹⁾ここで、ケイパビリティとは、生産活動を遂行するための組織的な知識、経験、そしてスキルのことである (Richardson 1972, Langlois and Robertson 1995)。Langlois and Robertson は、ケイパビリティ理論と取引費用理論の違いとして、ケイパビリティ理論が企業を生産の世界におけるコーディネーション・ゲームの解として捉えるのに対して、取引費用理論はそれを取引の世界における囚人のジレンマ・ゲームの解として捉えることを指摘している。¹⁰⁾また、Madhok (1996) は、2つのパースペクティブの違いとして、ケイパビリティ・パースペクティブが限定合理性に起因する企業の失敗（もしくは成功）に焦点を当てているのに対して、取引費用パースペクティブは機会主義に起因する市場の失敗に焦点を当てていることを主張している。¹¹⁾以下では、ケイパビリティ理論の重要な仮説、具体的には、上述の (1) の問題と深く関連する活動間のシステム性仮説と (2) の問題と深く関連する不確実性仮説をそれぞれ示す。

4-1. 活動間のシステム性仮説

取引費用アプローチでは十分に説明できない (1) 製品の問題と統合型チャネルの選択問題の関連に関連して、ケイパビリティ理論は、活動間のシステム性は統合度に正の影響を及ぼすという活動間のシステム性仮説を提示する。Langlois and Robertson (1995) の議論を踏まえると、その具体的な内容は、次のようなものである。ここでは、活動 (B) を行う製造業者が、活動 (A) を内部化するか外部化するかという選択状況を考える。活動 (A) を行うに当たって、活動 (B) に関するケイパビリティ (b) を必要とし、なおかつそのケイパビリティ (b) が特異的であればあるほど、市場の活動 (A) の主体に対して必要なケイパビリティ (b) を移転する際に生じる動的取引費用が高まるために、¹²⁾製造業者は、その費用を節約すべく、活動 (A) を内部化するであろう。ここで、特異的ケイパビリティが活動の内部化をもたらす理由としては、それらの多くが、企業の独自性の源泉であるとともに、長期的な実習のプロセスを通じて獲得される暗黙的な知識であり、他企業へと移転することが非常に困難であることや、それらに関わる諸活動が、それぞれ別々の企業によって遂行される場合と比べて、単一の企業によって遂行される場合のほうがより高い価値を持つことが挙げられる。

この仮説を卸売活動の状況で述べると、以下になるであろう。卸売活動を円滑に行うためには、その担い手が、取り扱う製品に関して、十分な知識を有していなければならない。ただ

9) ケイパビリティ理論の特徴の1つとして、企業と市場の選択問題を解明する際、「最後に市場がある」 (Langlois 2004, p.372) ということを重視している点が挙げられる。

10) コーディネーション・ゲームは、協調的な関係が自生的に生じる状況を取り扱う。それに対して、囚人のジレンマ・ゲームは、個人の利益の追求が全体の非効率を招く状況を取り扱う。また、この囚人のジレンマという問題のある状況に対して、大別して、次の2つの解決策が提示されている。1つは、制度の導入による囚人のジレンマ・ゲームからコーディネーション・ゲームへの移行であり、もう1つは、ゲームを長期的な繰り返しゲームにすることによる協調的な制度の生成である。詳しくは、渡部 (2005) を参照のこと。

11) Madhok (1996) は、企業組織を理解する際、限定合理性の仮定のみを置くことを主張する。また、そこでの限定合理性とは、取引のコントロールに関わる情報が費用のかかる状況での限定合理性というよりも、むしろ生産に関わる知識が費用のかかる状況での限定合理性を意味する。

12) 動的取引費用は、取引費用とは異なるものであり、取引費用ではうまく捉えることができないケイパビリティや知識の企業間移転にかかる費用のことである。

し、そこで必要とされる製品知識は、製品のタイプによって異なることが予想される。製造業者と顧客の間の緊密な調整が必要なインテグラル型製品の場合、卸売活動で要求される製品知識は、製品記述の複雑性が高く、すなわち、顧客が購買意思決定を行うために複雑な記述を要求するものであり (Malone, Yates and Benjamin 1987)、情報の粘着性が高い、すなわち、卸売業者が獲得、移転、そして利用するのが高価なものである (von Hippel 1994) 可能性が高い。また、そうした知識は、製造業者の優位性の源泉である製造技術情報を含んでいるかもしれない。このとき、その製品知識を製造業者から卸売業者へと移転する動的取引費用が非常に高くなるために、製造業者は、その費用を節約すべく、卸売活動を自ら行うであろう。他方で、製造業者と顧客の間の調整があまり必要ではないモジュール型製品の場合、卸売活動で要求される製品知識は、製品記述の複雑性も情報の粘着性も低い可能性が高い。このとき、その製品知識を卸売業者へと移転する動的取引費用が低いために、製造業者は、卸売活動を自ら行う特別な理由はなく、したがって、卸売活動を卸売業者に任せるであろう。

4-2. 不確実性仮説

取引費用アプローチでは十分に説明できない (2) 不確実性と統合度の負の関係に関連して、ケイパビリティ理論は、不確実性は統合度に間接的な負の影響を及ぼすという不確実性仮説を提示する。Langlois and Robertson (1995) や Langlois (2003) の議論を踏まえると、その具体的な内容は、製品、生産プロセス、そして知識の利用に関わる不確実性が高まると、一般的な傾向として、製品のモジュール度や活動間の自律性を高める戦略が優位性を持つために、その結果、多くの状況において、動的取引費用が低くなり、活動の外部化が進むであろうというものである。¹³⁾ ここで、不確実性が高い状況が製品のインテグラル化や活動間のシステム化というよりは、むしろ製品のモジュール化や活動間の自律化を推し進める理由としては、製品や活動のモジュール型システムそれ自体に、不確実性をバッファーする仕組みが埋め込まれていることや、そうした状況では、製品や活動のアンバンドリングを行うことによって、魅力的なレント・シーキングの可能性が創造されることが挙げられる。なお、モジュール型製品が自律的な生産ネットワークに埋め込まれているとき、便益は需要サイドにも供給サイドにも生じうる。例えば、需要サイドの便益としては、個々の顧客が自身のニーズにより合致した製品を入手できることが挙げられ、供給サイドの便益としては、個々の企業が自社の内部ケイパビリティに制限されず、経済全体の外部ケイパビリティから便益を享受できることが挙げられる。¹⁴⁾

5. 仮説

本節では、第2節から第4節までの議論を踏まえて、海外チャネル選択に関する4つの仮説を提示する。そのうち、最初の2つの仮説の背後には、ケイパビリティ理論と取引費用理論のそれ

13) 活動間の自律性は、活動間のシステム性の反対概念である。

14) 不確実性仮説の後半部分は、活動間のシステム性仮説の主張である。

それぞれの成果を援用した本稿の基本的な分析枠組たる製造業者のチャネル選択フローが存在し、残りの2つの仮説の背後には、その製造業者のチャネル選択フローのもとで識別される2つの不確実性が存在する。以下では、まず、製造業者のチャネル選択フローに関する説明および仮説の提示を行い、次に、2つの不確実性に関する説明および仮説の提示を行う。

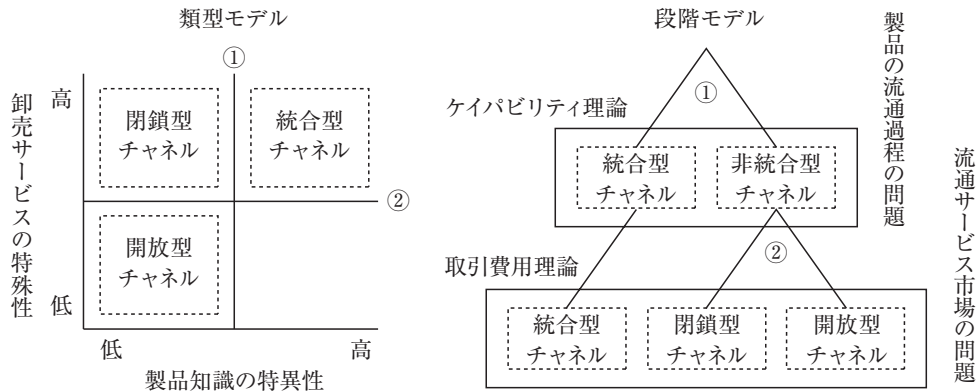
5-1. 製造業者のチャネル選択フロー

まず、本稿の基本的な分析枠組たる製造業者のチャネル選択フローを図示すると、図表5のようになる。この分析枠組は、ケイパビリティ理論と取引費用理論のそれぞれの中核的仮説である活動間のシステム性仮説と資産特殊性仮説に注目し、それぞれの成果を補完的かつ段階的に援用して構築されたものである。その重要なポイントは、以下の3点である。

1. 第2節の議論を踏まえて、説明対象たる流通チャネルとして、統合型チャネル、閉鎖型チャネル、そして開放型チャネルの3種類が設定される。統合型チャネルの選択はチャネル統合度によって、開放型チャネルの回避はチャネル・コントロール度によって把握される。
2. 第3節第1項と第4節第1項の議論を踏まえて、統合型チャネルの選択の説明変数として製品知識の特異性が、開放型チャネルの回避の説明変数として卸売サービスの特殊性が採用される。ここで、製品知識の特異性は、ケイパビリティ理論の活動間のシステム性を卸売活動の状況で捉えた概念であり、卸売活動を円滑に行うために必要とされる製品知識、例えば、製品特性、使用方法、そして修繕方法など（田村 2001）が技術的に複雑で特定の製造業者に粘着的である程度のことを意味する。他方で、卸売サービスの特殊性は、取引費用理論の資産特殊性を卸売活動の状況で捉えた概念であり、卸売活動において特定の製造業者にしか価値を生まない資産、例えば、物流設備、情報処理設備、そして卸売業者のトレーニングなど（Anderson and Coughlan 1987, 久保 2003b）に投資が行われる程度のことを意味する。既述したように、製品流通が製品の流通過程の問題と流通サービス市場の問題から成り立っていることを考慮すると、これら2つの次元は、それぞれ別個の重要な問題、すなわち、製品知識の特異性は製品の問題に、卸売サービスの特殊性は流通サービスの問題に対応しており、代替的というよりは、むしろ補完的な関係にあるといえる。
3. ケイパビリティ理論が扱う統合型チャネルの選択と取引費用理論が扱う開放型チャネルの回避は、前者を先とする2段階の意思決定プロセスとして把握される。すなわち、ここでは、製造業者が、まず、卸売活動を内部化するか外部化するかをケイパビリティ理論の観点から選択し、次に、そこで外部化が選択された場合に、その卸売活動を閉鎖的に行うか開放的に行うかを取引費用理論の観点から選択するものと考慮される¹⁵⁾。その理由としては、以下の2点が考えられる。第1に、製品の生産を主たる任務とする製造業者にとって、ケイパビリティ

15) Gatignon and Anderson (1988) や長谷川 (1996) は、多国籍企業の経営者が2段階の方法で海外進出形態を決定している可能性を指摘している。そこでは、多国籍企業が、まず、完全所有子会社を設立するか合弁子会社を設立するかを選択し、次に、そこで合弁子会社が選択された場合に、その出資比率をどの程度にするかを選択すると考慮されている。

図表 5 製造業者のチャネル選択フロー



注 1) ここでは、製造業者のチャネル選択フローを2つのモデルで描写している。

注 2) 丸数字は、チャネル選択に関する2段階の意思決定プロセスの順序を示している。

イ理論が扱う製品の問題が第一義的に重要であることが挙げられる。製品生産事業者たる製造業者は、まず、最も重要である製品の問題を解決し、次に、流通サービスの問題を解決するであろう。第2に、取引費用理論が主に市場で取引できる資産や情報に焦点を当てているのに対して、ケイパビリティ理論はそれよりも先立ちうるもの、すなわち、市場で取引できないケイパビリティや知識に焦点を当てていることが挙げられる。持続的な優位性の獲得を目指す企業にとって、市場で取引できないものは、市場で取引できるものよりも、先行する本質的な役割を果たすものである¹⁶⁾。

この製造業者のチャネル選択フローから導出される仮説が、以下の仮説1と仮説2である。

仮説1は、ケイパビリティ理論の活動間のシステム性仮説と深く関連するものである。卸売活動の遂行において技術的に複雑で特定の製造業者に粘着的な製品知識が必要とされる場合、その製品知識を卸売業者へと移転することが困難になるために、製造業者は、卸売活動を自ら行うであろう。

仮説1：製品知識の特異性は、チャネル統合度に正の影響を及ぼす。

仮説2は、取引費用理論の資産特殊性仮説と深く関連するものである。また、それは、非統合型チャネルが選択された状況において、より大きな説明力を持つものである。卸売業者に特別な卸売サービスの提供を要求する場合、製造業者は、置換困難な卸売業者の機会主義的行動を抑制すべく、コントロール度の強い閉鎖的な卸売チャネルを構築するであろう。

仮説2：非統合型チャネルにおいて、卸売サービスの特殊性は、チャネル・コントロール度に正の影響を及ぼす。

16) 商品生産事業者たる企業にとって生産の問題が第一義的に重要であることや、取引費用理論が主に市場で取引できるものに焦点を当てていることは、万仲（1989）や中橋（1999）によって指摘されている。

5-2. 2つの不確実性

次に、第3節第2項の議論、第4節第2項の議論、そして先に示された製造業者のチャネル選択フローを踏まえて、不確実性を再考すると、それは、製品関連の不確実性と卸売関連の不確実性という2つのタイプに区分される。この区別は、Langlois (1984)やLanglois and Robertson (1995)の構造的な不確実性とパラメトリック不確実性の区別や、その議論の原点の1つである Koopmans (1957)の一次的な不確実性と二次的な不確実性の区別に類似するものであり、それらを参考にして、2つの不確実性の特徴を整理すると、図表6のようになる。その重要なポイントは、以下の3点である。

1. 不確実性には、ケイパビリティ理論と深く関連する製品関連の不確実性と取引費用理論と深く関連する卸売関連の不確実性の2つが存在する。ここで、製品関連の不確実性とは、技術や顧客の選好の変化から生じる不確実性のことであり、代表例として、技術の頻繁な変化や製品市場の不確実性などが挙げられる。他方で、卸売関連の不確実性とは、製造業者と卸売業者の情報の不完全性や機会主義的行動によって発生する不確実性のことであり、代表例として、卸売構造・慣習の異質性や卸売業者の行動の不確実性などが挙げられる。
2. 不確実性への対処方法は、2つの不確実性の間で異なる。製品のモジュール化や生産活動と卸売活動の自律化を推し進める製品関連の不確実性が高い状況では、非統合型チャネルが選好される。それに対して、卸売活動の組織的なガバナンスを要求する卸売関連の不確実性が高い状況では、統合型チャネルないし閉鎖型チャネルが選好される。
3. 2つの不確実性への対処は、逐次的に行われる。すなわち、まず、製品関連の不確実性への対処が行われ、次に、卸売関連の不確実性への対処が行われる。

この2つの不確実性を踏まえて、海外市場における不確実性とチャネル選択の関係を再考すると、その関係をめぐる混乱——不確実性とチャネル統合度・コントロール度の関係に関して、正の関係を示す実証結果がある一方で、負の関係を示す実証結果もあること——は、以下のように整序される。

既存研究における不確実性とチャネル統合度・コントロール度との負の関係は、ケイパビリティ

図表6 2つの不確実性

	製品関連の不確実性	卸売関連の不確実性
不確実性の源泉	・技術や顧客の選好の変化	・製造業者と卸売業者の情報の不完全性や機会主義的行動
代表的な不確実性	・技術の頻繁な変化 ・製品市場の不確実性	・卸売構造・慣習の異質性 ・卸売業者の行動の不確実性
不確実性が影響を及ぼす状況	・製品のモジュール化 ・生産活動と卸売活動の自律化	・卸売活動の組織的なガバナンス
不確実性が高い場合の主たる流通チャネル	・非統合型チャネル	・統合型チャネル ・閉鎖型チャネル

注) Koopmans (1957), Langlois (1984), そして Langlois and Robertson (1995) の見解を参考に作成。

ィ理論と深く関連する製品関連の不確実性の観点から説明される。海外市場における高い製品関連の不確実性は、その不確実な製品市場に対して、製造業者が、柔軟に適応する必要性をもたらすであろう。例えば、製造業者は、進出先の海外市場において、頻繁に変化する顧客ニーズ、あるいは多様な顧客ニーズに対応する必要があるかもしれない。こうした状況では、一般的な傾向として、生産活動と卸売活動の自律性を高めるモジュール型製品を生産する戦略が優位性を持つために、その結果、多くの状況において、卸売活動の外部化が進むであろう。

仮説3：製品関連の不確実性は、チャネル統合度に間接的な負の影響を及ぼす。

既存研究における不確実性とチャネル統合度・コントロール度との正の関係は、取引費用理論と深く関連する卸売関連の不確実性の観点から説明される。また、それは、非統合型チャネルが選択された状況において、より大きな説明力を持つものであろう。海外市場における高い卸売関連の不確実性は、情報の不完全性を所与とすれば、製造業者が、あらゆる取引条件を事前に明記した包括的な契約を卸売業者と結ぶことを困難にするであろう。また、その状況は、製造業者と卸売業者の間の情報の非対称性を生み出し、卸売業者が機会主義的に行動する可能性をもたらすであろう（Klein, Frazier and Roth 1990）。例えば、製造業者は、進出先の海外市場において、自国とは異なる習慣を持つ卸売業者、あるいは現地市場のローカルな情報を持つ卸売業者の予期せぬ行動に遭遇するかもしれない。このとき、製造業者は、卸売業者の行動を予測可能なものにすべく、コントロール度の強い閉鎖的な卸売チャネルを構築するであろう。

仮説4：非統合型チャネルにおいて、卸売関連の不確実性は、チャネル・コントロール度に直接的な正の影響を及ぼす。

6. 実証分析

本節では、前節において提示された4つの仮説の経験的妥当性を検討するために、共分散構造分析を用いた実証分析を行う。以下では、その実証分析のプロセスと結果を示すが、ここで、次の2つの点に注意が必要である。まず、提示された4つの仮説をテストするために、チャネル統合モデルとチャネル開閉モデルという2つのモデルが用意される。チャネル統合モデルは、チャネル選択フローの1段階目の状況を描写しており、仮説1と仮説3を検討するために用いられる。チャネル開閉モデルは、チャネル選択フローの2段階目の状況を描写しており、仮説2と仮説4を検討するために用いられる。次に、提示された仮説の中心的な構成概念の測定は、2次データによっては困難なものであるために、経験的テストは、実際の意思決定者から集められるミクロ・レベルのデータを用いて行われる（Rindfleisch and Heide 1997）。

調査は、2007年7月6日から20日までの期間において、『ダイヤモンド会社職員録（全上場会社版）』と『組織図系統図便覧』に掲載された一部・二部上場の消費財および生産財企業の1403の海外事業部¹⁷⁾に対して、質問紙郵送法によって行われた。その結果、132の海外事業部から回答が得られ、そのうち有効回答は123事業部であり、有効回答率は8.8%であった。実際の調査にお

図表7 質問項目

構成概念	質問項目	α 係数
製品関連の 不確実性	X_1 : 進出先の主力製品の業界では、インテグラル型製品を生産する製造業者に比べて、モジュール型製品を生産する製造業者のほうが、相対的に多いですか？ X_2 : 進出先の主力製品の業界では、インテグラル型製品に対する顧客ニーズに比べて、モジュール型製品に対する顧客ニーズのほうが、相対的に多いですか？ X_3 : 進出先の主力製品の業界では、製造業者は、インテグラル型製品を生産するよりも、モジュール型製品を生産するほうが、相対的により多くの利益を獲得できますか？	0.73
製品知識の 特異性	X_4 : 各活動の遂行には、貴社独自のモノ作りのノウハウを必要としますか？ X_5 : 各活動の遂行に必要とされる製品知識は、貴社にとって機密的なものですか？ X_6 : 各活動の内容は、顧客によって異なる個別適応的なものですか？	0.70
チャネル 統合度	X_7 : 各活動は、貴社が自社で遂行していますか？ X_8 : 各活動を遂行する販売員は、貴社の従業員ですか？ X_9 : 各活動の遂行に必要とされる設備は、貴社の所有物ですか？	0.91
卸売関連の 不確実性	X_{10} : 卸売業者は頻繁に、取引する製造業者を変更しますか？ X_{11} : 貴社はしばしば、卸売業者の想定外の行為に遭遇しますか？	0.68
卸売サービスの 特殊性	X_{12} : 各活動における設備は、貴社以外の製造業者との取引には簡単に転用できない特殊なものですか？ X_{13} : 各活動を遂行する卸売業者は、貴社製品専用の設備に相当な投資をしていますか？	0.64
チャネル・ コントロール度	X_{14} : 貴社は、各活動に関して、主体的な意思決定を行っていますか？ X_{15} : 貴社は、各活動の遂行に対して、かなりの影響力を持っていますか？	0.77

いては、各海外事業部の販売担当者に対して、当該事業部の主力製品を想定しつつ、質問項目 X_1 , X_2 , X_3 , X_{10} , X_{11} についてはその主力製品に関して、他方、それ以外の質問項目についてはその主力製品の主要販売経路における卸売活動、具体的には、販売活動、情報伝達活動、在庫管理活動のそれぞれに関して、リカート法の5点尺度で回答するように依頼した。したがって、1事業部に対してサンプル数は約3倍となり、最終的には、チャネル統合モデルのサンプル数は347、チャネル開閉モデルのサンプル数は、全サンプル数から統合型チャネルを用いているサンプルを除いて、180となった。

モデルの構成概念を測定する質問項目は、図表7の通りである。質問項目は、既存の理論研究や測定尺度を参考にして作成された。具体的には、製品関連の不確実性と製品知識の特異性の質

問項目は、Langlois and Robertson (1995) や Langlois (2003) の理論研究を参考にして開発された。チャンネル統合度は久保 (2003b)、卸売関連の不確実性と卸売サービスの特殊性は Klein (1989) や Klein, Frazier and Roth (1990)、そしてチャンネル・コントロール度は Klein (1989) の測定尺度を参考にして質問項目が設定された。多項目で測定された構成概念の信頼性を示す Cronbach の α 係数は、卸売関連の不確実性は0.68、卸売サービスの特殊性は0.64と若干低い値であったが、それ以外は0.7以上と許容しうるものであった。¹⁸⁾

以上の準備のもと、提示された4つの仮説をテストすべく、用意された2つのモデルについて、共分散構造分析が実行された。計算には、SAS 9.1の CALIS プロシジャが用いられた。また、母数の推定には最尤推定法、関数の最適化にはレーベンベルグ・マルカート法が用いられた。収束基準は0.00001であり、最適化計算は正常に終了した。以下では、図表8に示されるチャンネル統合モデルの分析結果と図表9に示されるチャンネル開閉モデルの分析結果をそれぞれ見ていく。

まず、チャンネル統合モデルに関して、全体的評価を見ると、 χ^2 値は 69.42 ($df = 25$, $p = 0.00$), χ^2/df は2.78, GFIは0.96, AGFIは0.93, RMRは0.05, そしてRMSEAは0.07であり、このモデルは一定の説明力と安定性を持つものと判断される。¹⁹⁾ 続いて、部分的評価をチェックすると、測定方程式および構造方程式におけるいずれのパス係数も1%水準で有意であった。また、構造方程式における符号に関しては、仮説1と仮説3の予想通りの結果、すなわち、製品関連の不確実性から製品知識の特異性への負の影響、そして製品知識の特異性からチャンネル統合度への正の影響が確認された。

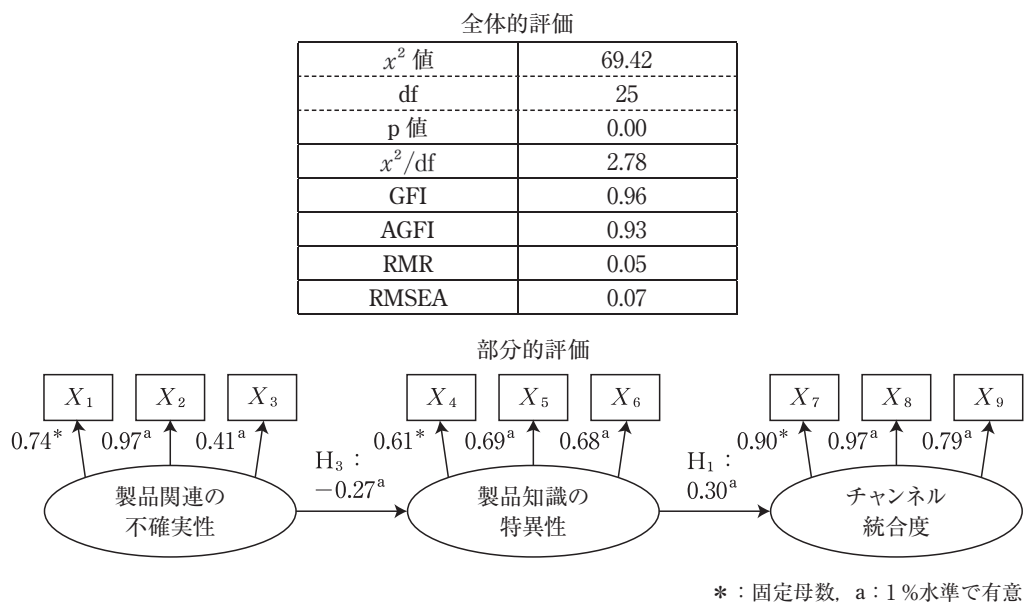
次に、チャンネル開閉モデルに関して、全体的評価を見ると、 χ^2 値は16.06 ($df = 7$, $p = 0.02$), χ^2/df は2.29, GFIは0.97, AGFIは0.91, RMRは0.05, そしてRMSEAは0.09であり、このモデルは採用しうるものと判断される。続いて、部分的評価をチェックすると、測定方程式については、卸売関連の不確実性から X_{11} へのパス係数が5%水準で有意であり、それ以外のパス係数は1%水準で有意であった。構造方程式については、卸売サービスの特殊性からチャンネル・コントロール度へのパス係数は1%水準で有意であり、卸売関連の不確実性からチャンネル・コントロール度へのパス係数は5%水準で有意であった。また、構造方程式における符号に関しては、仮説2と仮説4の予想通りの結果、すなわち、卸売サービスの特殊性からチャンネル・コントロール度への正の影響および卸売関連の不確実性からチャンネル・コントロール度への正の影響が確認された。

以上の結果は、本稿の4つの仮説が、経験的に支持されたことを示している。

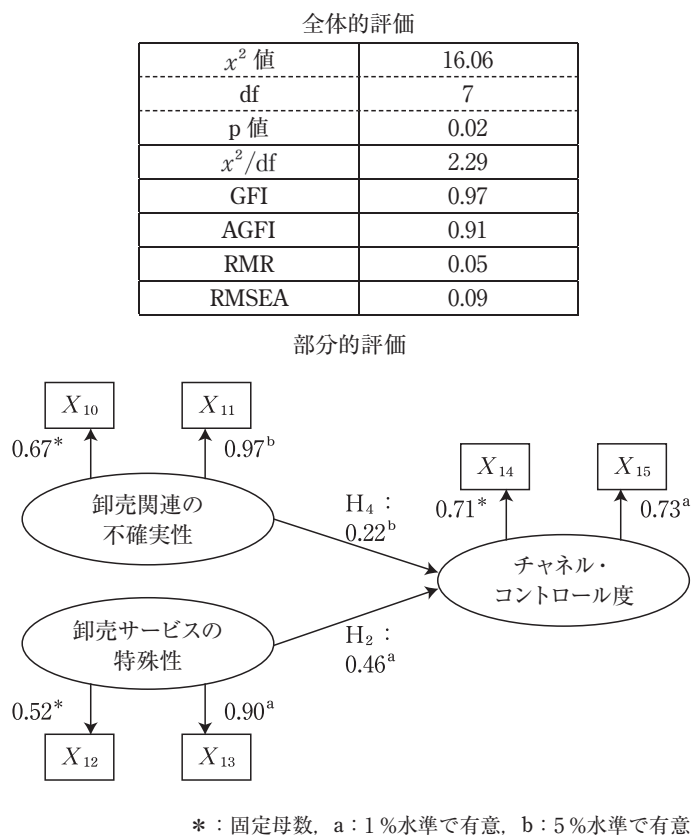
18) Cronbach の α 係数は、一般的に0.7以上が望ましいとされるが、探索的研究では0.6以上でもよいとされる (Bagozzi 1994)。

19) χ^2 値は非有意であること (例えば、 p 値が0.05以上であること), χ^2/df は2あるいは3以下であること (ただし、5以下を主張する見解もある), GFIは大きいこと, AGFIは0.9以上であること, RMRは小さいこと, そしてRMSEAは0.08以下であることが推奨されている (Bagozzi and Yi 1988, Hair, Anderson, Tatham and Black 1995)。なお、このうち、 χ^2 値に関しては、サンプル数に大きな影響を受けるという問題がある (豊田 1992) ために、ここでは参照する程度にとどめる。

図表8 チャネル統合モデル：共分散構造分析の結果



図表9 チャネル開閉モデル：共分散構造分析の結果



7. おわりに

本稿は、3種類の海外流通チャネルの選択問題をケイパビリティ理論と取引費用理論のそれぞれの成果を補完的かつ段階的に援用して分析した。具体的には、4つの仮説が提示され、実証分析の結果、それらは経験的に支持された。このことは、海外市場において、製造業者は、まず、統合型チャネルか非統合型チャネルかの選択を製品知識の特異性や製品関連の不確実性といったケイパビリティ要因を考慮して行い、次に、そこで非統合型チャネルが選択された場合に、閉鎖型チャネルか開放型チャネルかの選択を卸売サービスの特殊性や卸売関連の不確実性といった取引費用要因を考慮して行うことを示唆している。また、その結果は、本稿の2つの下位目的に関連して、第1に、前稿（高田 2007）において提示されたチャネル選択仮説が、国内市場だけでなく、海外市場においても適用可能であること、第2に、海外市場における不確実性とチャネル選択の関係をめぐる混乱が、不確実性を製品関連の不確実性と卸売関連の不確実性に区分することによって整序されることを示している。

結論として、図表10は、本稿の分析結果を既存の取引費用アプローチの分析結果と対比させたものである。図表には、取引費用アプローチの限界も併せて記してある。この図表は、本稿の4つの仮説が、取引費用アプローチの限界を克服したものとして位置づけられることを示している。

今後の課題としては、以下の2点が挙げられる。第1に、本稿で提示された仮説の経験的テスト

図表10 分析結果の比較

既存の取引費用アプローチ	本稿
<u>取引費用理論の資産特殊性仮説</u> ・資産特殊性は、チャネル統合度に正の影響を及ぼす。 <u>注意点</u> ・資産特殊性は、統合型チャネルの選択というよりも、むしろ開放型チャネルの回避の規定要因である。 <u>その原因</u> ・取引費用アプローチは、流通サービスの問題に焦点を当てる一方で、製品の問題を軽視している。	<u>仮説1：ケイパビリティ理論の活動間のシステム性仮説</u> ・製品知識の特異性は、チャネル統合度に正の影響を及ぼす。 <u>仮説2：取引費用理論の資産特殊性仮説</u> ・非統合型チャネルにおいて、卸売サービスの特殊性は、チャネル・コントロール度に正の影響を及ぼす。
<u>取引費用理論の不確実性仮説</u> ・不確実性は、チャネル統合度に正の影響を及ぼす。 <u>問題点</u> ・実証分析の結果において、不確実性とチャネル統合度・コントロール度の関係が不明瞭である。すなわち、正の関係を示す実証結果もあれば、負の関係を示す実証結果もある。	<u>仮説3：ケイパビリティ理論の不確実性仮説</u> ・製品関連の不確実性は、チャネル統合度に間接的な負の影響を及ぼす。 <u>仮説4：取引費用理論の不確実性仮説</u> ・非統合型チャネルにおいて、卸売関連の不確実性は、チャネル・コントロール度に直接的な正の影響を及ぼす。

トを再度行うことが必要である。その際、質問項目の再吟味を行うとともに、より多くのデータを手に入れることが求められる。また、本稿では、調査対象企業としてあらゆる業種の製造業者を含めたが、今後は、より厳密な知見を得るべく、特定の業種に絞った分析を行う必要がある。第2に、本稿をさらに発展させ、市場の発展度や異質性がチャネル選択に及ぼす影響を吟味することが興味深い課題である。これらの要因を扱った研究として、Gatignon and Anderson (1988) や Sharma and Domiguez (1992) があるが、彼らはケイパビリティ理論を勘案していない。以上のような研究を行うことにより、海外チャネル選択問題に関して、さらにより深い理解を得ることができるであろう。

参 考 文 献

- Anderson, E. (1985), "The Salesperson as Outside Agent or Employee: A Transaction Cost Analysis," *Marketing Science*, Vol.4, No.3, pp.234-254.
- and A. Coughlan (1987), "International Market Entry and Expansion via Independent or Integrated Channels of Distribution," *Journal of Marketing*, Vol.51, No.1, pp.71-82.
- and H. Gatignon (1986), "Modes of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions," *Journal of International Business Studies*, Vol.17, No.3, pp.1-26.
- and D. Schmittlein (1984), "Integration of the Sales Force: An Empirical Examination," *Rand Journal of Economics*, Vol.15, No.3, pp.385-395.
- Aulakh, P. and M. Kotabe (1997), "Antecedents and Performance Implications of Channel Integration in Foreign Markets," *Journal of International Business Studies*, Vol.28, No.1, pp.145-175.
- Bagozzi, R. (1994), "Measurement in Marketing Research: Basic Principles of Questionnaire Design," in R. Bagozzi ed., *Principles of Marketing Research*, Blackwell, pp.1-49.
- and Y. Yi (1988), "On the Evaluation of Structural Equation Models," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.16, No.1, pp.74-94.
- Balakrishnan, S. and B. Wernerfelt (1986), "Technical Change, Competition and Vertical Integration," *Strategic Management Journal*, Vol.7, No.4, pp.347-359.
- Coase, R. (1937), "The Nature of the Firm," *Economica*, Vol.4, pp. 386-405, 宮沢健一・後藤晃・藤垣芳文訳 (1992), 『企業・市場・法』, 東洋経済新報社, pp.39-64.
- Erramilli, M. and C. Rao (1993), "Service Firms' International Entry-Mode Choice: A Modified Transaction-Cost Analysis Approach," *Journal of Marketing*, Vol.57, No.3, pp.19-38.
- 風呂勉 (1968), 『マーケティング・チャネル行動論』, 千倉書房。
- (1987), 「内部組織論的流通認識の基本的性格」, 『商大論集』(神戸商科大学), 第38巻第3・4号, pp.295-310.
- Gatignon, H. and E. Anderson (1988), "The Multinational Corporation's Degree of Control over Foreign Subsidiaries: An Empirical Test of a Transaction Cost Explanation," *Journal of Law, Economics, and Organization*, Vol.4, No.2, pp.305-336.
- Hair, J., R. Anderson, R. Tatham and W. Black (1995), *Multivariate Data Analysis with Readings*, Prentice Hall.
- 長谷川信次 (1996), 「多国籍企業の対外進出形態とその決定要因」, 関口末夫・田中宏編 (1996), 『海外直接投資と日本経済』, 東洋経済新報社, pp.166-183.
- 池田敦 (1991), 「取引費用論的流通制度分析の論理構造: 流通認識の分岐とその帰趨」, 『流通科学大学論集』(流通科学大学), 第4巻第1号, pp.97-109.
- John, G. and B. Weitz (1988), "Forward Integration into Distribution: An Empirical Test of Transaction Cost Analysis," *Journal of Law, Economics, and Organization*, Vol.4, No.2, pp.337-355.
- Klein, S. (1989), "A Transaction Cost Explanation of Vertical Control in International Markets," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.17, No.3, pp.253-260.
- , G. Frazier and V. Roth (1990), "A Transaction Cost Analysis Model of Channel Integration in International

- Markets," *Journal of Marketing Research*, Vol.27, No.2, pp.196-208.
- Koopmans, T. (1957), *Three Essays on the State of Economic Science*, McGraw-Hill.
- 久保知一 (2003a), 「流通チャネルにおける統合と分離: ケイパビリティ・アプローチによる取引関係の吟味」, 『三田商学研究』(慶應義塾大学), 第45巻第6号, pp.113-141.
- (2003b), 「流通チャネルと取引関係: 動的取引費用モデルによる卸売統合の実証分析」, 『三田商学研究』(慶應義塾大学), 第46巻第2号, pp.111-132.
- Langlois, R. (1984), "Internal Organization in a Dynamic Context: Some Theoretical Considerations," in M. Jussawalla and H. Ebenfield eds., *Communication and Information Economics: New Perspectives*, North-Holland, pp.23-49.
- (2003), "The Vanishing Hand: The Changing Dynamics of Industrial Capitalism," *Industrial and Corporate Change*, Vol.12, No.2, pp.351-385.
- (2004), "Chandler in a Larger Frame: Markets, Transaction Costs, and Organizational Form in History," *Enterprise and Society*, Vol.5, No.3, pp.355-375.
- and N. Foss (1999), "Capabilities and Governance: The Rebirth of Production in the Theory of Economic Organization," *Kyklos*, Vol.52, No.2, pp.201-218.
- and P. Robertson (1995), *Firms, Markets and Economic Change: A Dynamic Theory of Business Institutions*, Routledge, 谷口和弘訳 (2004), 『企業制度の理論: ケイパビリティ・取引費用・組織境界』, NTT 出版。
- Madhok, A. (1996), "The Organization of Economic Activity: Transaction Costs, Firm Capabilities, and the Nature of Governance," *Organization Science*, Vol.7, No.5, pp.577-590.
- Malone, T., J. Yates and R. Benjamin (1987), "Electronic Markets and Electronic Hierarchies," *Communications of the ACM*, Vol.30, No.6, pp.484-497.
- 万仲脩一 (1989), 「「取引費用の経済学」: ウィリアムソンの所論を中心として」, 『商大論集』(神戸商科大学), 第40巻第6号, pp.671-707.
- Mascarenhas, B. (1982), "Coping with Uncertainty in International Business," *Journal of International Business Studies*, Vol.13, No.2, pp.87-98.
- 中橋國藏 (1999), 「取引コスト論と資源ベース論」, 『商大論集』(神戸商科大学), 第50巻第5号, pp.551-565.
- Richardson, G. (1972), "The Organisation of Industry," *Economic Journal*, Vol.82, pp.883-896.
- Rindfleisch, A. and J. Heide (1997), "Transaction Cost Analysis: Past, Present, and Future Applications," *Journal of Marketing*, Vol.61, No.4, pp.30-54.
- Sharma, A. and L. Dominguez (1992), "Channel Evolution: A Framework for Analysis," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.20, No.1, pp.1-15.
- 高田英亮 (2007), 「流通チャネルの選択と構造的進化: ケイパビリティ・ICT・アーキテクチャ戦略・取引費用」, 『三田商学研究』(慶應義塾大学), 第49巻第7号, pp.147-171.
- 田村正紀 (2001), 『流通原理』, 千倉書房。
- 谷口和弘 (2006), 『企業の境界と組織アーキテクチャ: 企業制度論序説』, NTT 出版。
- 豊田秀樹 (1992), 『SAS による共分散構造分析』, 東京大学出版会。
- 牛丸元 (1995-1996), 「国際市場におけるチャネル選択の取引コストモデルとその実証分析 (上) (中) (下)」, 『北海学園大学経済論集』(北海学園大学), 第43巻第1号, pp.79-89, 第43巻第2号, pp.67-91, 第43巻第4号, pp.1-11.
- (1997), 「海外チャネル選択に関する実証的研究」, 『開発論集』(北海学園大学), 第60号, pp.15-35.
- von Hippel, E. (1994), "'Sticky Information' and the Locus of Problem Solving: Implications for Innovation," *Management Science*, Vol.40, No.4, pp.429-439.
- Walker, G. and D. Weber (1984), "A Transaction Cost Approach to Make-or-Buy Decisions," *Administrative Science Quarterly*, Vol.29, No.3, pp.373-391.
- and ——— (1987), "Supplier Competition, Uncertainty, and Make-or-Buy Decisions," *Academy of Management Journal*, Vol.30, No.3, pp.589-596.
- 渡部直樹 (2005), 「ゲームの理論の観点から見た経営学説史」, 『三田商学研究』(慶應義塾大学), 第48巻第1号, pp.67-81.
- Williamson, O. (1975), *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*, Free Press, 浅沼萬里・岩崎晃訳 (1980), 『市場と企業組織』, 日本評論社。
- (1981), "The Economics of Organization: The Transaction Cost Approach," *American Journal of Sociology*, Vol.87, No.3, pp.548-577.

—— (1985), *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*, Free Press.

—— (1999), "Strategy Research: Governance and Competence Perspectives," *Strategic Management Journal*, Vol. 20, No.12, pp.1087-1108.

結城祥 (2007), 「マーケティング・チャネルにおけるパワーと信頼」, 『三田商学研究』(慶應義塾大学), 第49巻第7号, pp.25-46.