



## 『販売会社チャネルの生成と展開』

山内, 孝幸

---

(Degree)

博士 (商学)

(Date of Degree)

2007-03-25

(Date of Publication)

2008-04-11

(Resource Type)

doctoral thesis

(Report Number)

甲3857

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/D1003857>

※ 当コンテンツは神戸大学の学術成果です。無断複製・不正使用等を禁じます。著作権法で認められている範囲内で、適切にご利用ください。



【 68 】

氏 名・(本 籍)	山内 孝幸	( 兵庫県 )
博士の専攻分野の名称	博士 (商学)	
学 位 記 番 号	博い第47号	
学位授与の 要 件	学位規則第5条第1項該当	
学位授与の 日 付	平成19年3月25日	

【 学位論文題目 】

『販売会社チャネルの生成と展開』

審 査 委 員

主 査	教 授	石 井	淳 藏
	教 授	丸 山	雅 祥
	教 授	桑 原	哲 也

## 論文内容の要旨

本研究の目的は、加工食品、日用品といった一般消費財産業において「流通系列化」と呼ばれる現象が生成し変容するプロセスを経時的に追いかけてながら、メーカーによる流通チャネルの系列化がどのような意図のもとに組織され、その系列化された流通チャネルがどのような方向に変化したのか、また小売業との流通取引様式と関係構築にどのような影響を与えているのか、という流通取引制度におけるメーカーによる流通系列化の動態について考察することにある。特に、メーカーによる流通チャネルの系列化の類型の一つである販売会社を取り上げ、その有効性を検討することにある。

分析対象となる販売会社として、日本アクセス株式会社（旧雪印アクセス株式会社）、花王販売株式会社、そして近畿コカ・コーラ ボトリング株式会社を選んだ。いずれも日本を代表する販売会社であり親会社ならびに流通業界における影響力も大きい。

分析方法は、3社について、設立から現在に至るまでを経時的に捉える歴史研究を採った。特に、大手量販店の動向に影響を受けつつも、メーカーによる流通チャネルの系列化の意図、変容、さらにメーカーの小売業との関係構築への影響を調べ、販売会社の有効性を検討した。

以上の目的に沿って、本論文は次の9章から構成されている。1章において企業系列に関する理解を整理する。2章では、先行文献のレビューを通じて流通チャネルを類型化することで整理し、流通系列化の本質と流通系列化の一形態である販売会社を定義する。3章では、親企業となるメーカーと子会社・関係会社となる販売会社との関係の考察に当たって、その理論的手がかりとして風呂（1968）、石原（1982）による取引依存度モデルを考察する。第4章では戦後わが国の流通構造の変化を整理し、日本経済、流通業における取引ならびに情報システムの展開を概観する。5章では日本アクセス、6章では花王販売および花王システム物流、7章では近畿コカ・コーラ ボトリングを取り上げる。そして、8章では、これら3つの事例を戦後流通史と照らし合わせながら、親メーカーが販売会社を組織化した意図と、販売会社の変容、それに伴う親メーカーと販売会社および小売業との関係への影響が考察される。最後に9章では、結論と課題とが述べられる。

本論文の結論は、第1に、販売会社はメーカーとの間に資本や資産による繋がりを維持しながら機能的に互恵性を持ったパートナー関係を構築することによって、商流・物流のオープン化や情報流のオープン化を図ることで商業者としての社会性・中立性を確保し、同時に小売店との取り組みを強化できることが明らかになった。第2に、販売会社の小売店との取り組み強化は、卸売業としての競争優位を発揮するだけでなく、メーカーと小売企業との関係強化を促進し、その意味で販売会社はメーカーと市場や顧客とのインターフェースをつかさどる役割を担い、そのことで販売会社が有効性を高める可能性があることが明らかになった。

## 論文の審査結果の要旨

本論文の第1の貢献は、メーカーによって設立された販売会社を研究対象としたという点にある。これまで日本市場における流通チャネル研究は、小売業を対象に進められることが多く、卸売業を対象とした研究が非常に少なかったが、本論文は、メーカー設立販売会社を取り上げ、従来の流通チャネル分野で比較的研究蓄積の少ない卸売業界に関する研究の中でも相対的に手薄となっている領域に新たな知見を付け加えた。

第2の貢献は、販売会社が生成変容するプロセスの中で、各販売会社による外部環境の変化に対する適応行動が、商流・物流・情報流の次元におけるオープン化の度合いの点で異なっていることが明らかにした点にある。このことは、従来の系列化チャネルの研究で議論されてきた品揃え活動における専売制の有無に基づく商業者としての社会性・中立性排除の問題に対して、商流・物流・情報流のそれぞれの次元毎に社会性・中立性を確保し得る可能性を示唆している。

第3の貢献は、メーカーと販売会社との関係性に関する変容性についての知見にある。流通系列化理論においては、メーカーによる流通チャネルに対する流通支配を前提としていたが、メーカーと販売会社との関係がパートナー関係へ転換したことを明らかにする。資本や資産の連携による組織化に基づいて、双方が機能的な互恵性を持ったパートナー関係となりうることを明らかにした。

本論文にも課題はある。第1に、分析対象が一般消費財産業の中でも食品と日用品カテゴリーに限定されたものであることから、販売会社制度のすべてが明らかになったわけではない。第2に、本論文においてメーカーと販売会社の関係を捉えるにあたり、資本や資産による結びつきとパートナー関係の概念を導入しているが、資本や資産による結びつきも商法上の出資比率による議決権の差異を述べるに止まっており、資産の抛出や出資比率とパートナー関係としての意思決定の一体性についてはなお調査の余地がある。ただし、こうした課題も本論文の業績があればこそ問うに値する問題であるといえ、それは今後の研究課題を指し示すものと考えられる。

以上の理由から、審査委員は、本論文の著者が、博士（商学）の学位を授与されるに十分な資質を持つものと判断する。

平成19年3月6日

審査委員 主査 教授 石井淳蔵

教授 丸山雅祥

教授 桑原哲也