

日本の法人向け自動車販売における企業間関係についての研究

岸田, 淳 / KISHIDA, Atsushi

(開始ページ / Start Page)

1

(終了ページ / End Page)

127

(発行年 / Year)

2023-03-24

(学位授与番号 / Degree Number)

32675甲第568号

(学位授与年月日 / Date of Granted)

2023-03-24

(学位名 / Degree Name)

博士(経営学)

(学位授与機関 / Degree Grantor)

法政大学 (Hosei University)

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00026660>

博士学位論文
論文内容の要旨および審査結果の要旨

氏名	岸田 淳
学位の種類	博士（経営学）
学位記番号	第 822 号
学位授与の日付	2023 年 3 月 24 日
学位授与の要件	本学学位規則第 5 条第 1 項(1)該当者(甲)
論文審査委員	主査 教授 金 容度 副査 教授 近能 善範 副査 教授 稲垣 京輔 副査 教授 宮澤 信二郎

日本の法人向け自動車販売における企業間関係についての研究

1. 審査の経過

岸田淳氏から 2022 年 9 月 30 日付で博士（経営学）学位請求論文が提出された。岸田氏は法政大学大学院経営学研究科博士後期課程に在籍しており、2021 年 1 月 25 日の経営学研究科教授会において、岸田氏が本大学院経営学研究科課程博士論文の提出要件であるステップ 3 に合格し通過した旨、判定評価された。ステップ 3 をクリアするための経営学研究科博士後期課程ワークショップ中間報告会における論文プレゼンテーションと質疑応答は 2020 年 12 月 19 日に実施された。ステップ 3 の判定評価において求められている査読付き学術雑誌への掲載については、岸田淳「日本の法人向け自動車販売における企業間関係」『産業学会研究年報』第 36 号、2021 年 3 月の発表によってその要件を満たした。

岸田氏の学位請求論文の提出を受けて、2022 年 10 月 21 日（金）に開催された 2022 年度第 6 回大学院経営学研究科教授会において、審査委員会の設置と研究科長が審査委員会委員長となることが承認され、これを受け、岸田氏の学位申請について、学位申請の受理、審査小委員会（主査・金容度、副査・近能善範、稲垣京輔、宮澤信二郎）の設置が承認された。2022 年 11 月 8 日（火）に公開セミナーが開催され、岸田氏からの論文内容の報告と質疑応答を行った。その際、法政大学学位規則第 19 条に定める「論文を中心とし、論文に関連ある学問領域について」の試験を行い、岸田氏は、それに合格した。ただし、博士論文審査小委員会としては、同論文の完成度を高めるために修正・改善を求める条件を付与して受理する判断をした。2022 年 12 月 13 日付で、岸田氏から修正対照表を添付した学位請求論文の差替版が再提出され、審査の結果、小委員会としては学位を授与することの可否について以下の報告が妥当である

との結論に達した。

2. 本論文の構成と内容

(1) 本論文の研究課題と方法

本論文は、日本の法人向け自動車販売における企業間関係を実証的に明らかにすることを研究課題としている。具体的に、系列取引と互惠取引を考察すると共に、勢力を伸ばしている専門リース会社やレンタカー・カーシェアリング会社等の自動車賃貸ビジネス業者の動向を分析する。その上で、日本特有の系列取引は存在するのか、第3のプレーヤーであるリース会社の参入理由は何か、成長を続けている自動車賃貸ビジネスと自動車アフターマーケット市場の関連はどうであるか、法人ユーザーが本社主導型の集中購買を行う理由は何かを明らかにする。また、自動車業界のリーディングカンパニーであるトヨタグループの近年の動向に注目し、「自動車」の法人向け販売における取引の実態と企業間関係の特殊性を分析している。

具体的な研究方法として、主に業界と関連団体の資料・データを収集、分析しており、自動車関連企業の実務担当者へのインタビューを実施し、それを補助資料として活用している。

(2) 章別構成

序論

第1章 複合的な系列取引と互惠取引

第2章 リース会社の法人販売への参入と企業間関係

第3章 自動車アフターマーケットにおける企業間関係：レンタカー、カーシェアリング市場を中心に

第4章 ユーザーの本社集中購買と企業間関係

第5章 自動車メーカーの販売体制の変化と企業間関係

結論

(3) 概要

序論では、本論文の分析対象と分析時期が提示されると共に、先行研究についての批判的な検討が行われている。その上で、本研究の分析視点、目次構成、各章の意義、分析方法・資料が順を追って述べられる。

第1章では、法人向け自動車販売における複合的な系列取引と互惠取引を分析している。法人向け自動車販売の成長が、企業集団・企業グループ内の系列取引に負う面があり、各グループの自動車メーカーの車両を協力して使用することにより、グループ企業間の結びつきを強くしてきたことを明らかにする。

第2章においては、リース会社の法人向け自動車販売における参入の背景と実際の

取引における企業間関係が分析される。具体的に、オートリースの仕組み、オートリース市場と業界の歴史的展開を分析した上で、現状のオートリース取引の特徴及びオートリース取引による企業間関係の変容を明らかにしている。

第3章では、レンタカーとカーシェアリング市場における企業間関係が分析される。具体的に、リース契約車とレンタカー・カーシェアリングの違いを明らかにした上で、専門系リース会社が深く経営に携わっているレンタカー市場及びカーシェアリング市場、そして自動車アフターマーケット市場における企業間関係の特徴を解明している。

第4章では、本社主導型集中購買及びその法人向け販売における企業間関係に及ぼす影響を分析している。とりわけ、ユーザー側とディーラー側から見た論理、リース会社を中心とした自動車賃貸ビジネス業者側から見た論理を比較検討した上で、取引ではどのような利害調整が必要になっているのかを明らかにする。

第5章では、2010年代以降、法人向け自動車販売の企業間関係の変化を分析している。トヨタグループの新会社設立とその背景が明らかにされると共に、自動車メーカー、リース会社、法人ユーザーの三者間取引構図がどのように変化しているかが解明される。

結論では、本稿の分析によって新たに発見された事実がまとめられた上、今後の自動車産業の変化についての展望がなされると共に、本論文の限界と今後の研究課題が述べられる。

3. 本論文の審査結果

(1) 評価すべき点

審査の結果、以下の4点が高く評価できる。

第1に、日本の自動車産業については分厚い研究蓄積があるものの、生産、開発、サプライシステムについての研究が多く、販売流通システムの形成と発展についての研究は少ない。さらに、自動車販売の中で一定の割合を占め、その比重が高まる傾向にある法人向け販売についての研究は皆無に近い。従って、法人向けの販売流通を実証する本論文は、日本の自動車産業研究史上の空白を埋める上で大きな意義があり、その点で高く評価できる。

第2に、個人向け自動車販売では現れない、法人向け販売特有の企業間関係の特徴を詳細に実証している点でも高く評価できる。「旧系列取引からくる企業間関係の骨子」が引き継がれる中で、複合的な企業間関係が絡み合い、多様な販売形態が生み出されている実態が明らかにされている。また、これまで自動車販売としてはそれほど注目されてこなかったリース取引、レンタカー・カーシェアリング事業の実態を解明していることも大きな貢献である。

第3に、従来の自動車産業については歴史か、現状のどちらかに焦点を合わせた研

究がほとんどであるが、本論文は、法人向け販売における企業間取引の歴史だけでなく、2010年代以降のドラスティックな変化過程までを一貫した論理を以て実証分析している点で高く評価できる。

最後に、従来の日本の企業間関係の研究は中間財などの取引分析に集中しており、消費財の企業間取引は手薄である。従って、耐久消費財である自動車の企業間取引関係を詳細に実証する本研究は、他の消費財の企業間取引を理解する上で共通なロジックを導き出し、日本の法人取引における企業間関係を分析する上で重要な示唆を与える点で高く評価できる。

(2) 残された課題

公開セミナーにおいて、次のような指摘を受け、小委員会から部分的な書き直しが要求された。

- ・概念の表記について、序論で、業界に多く使われる「BtoBtoC」という概念を使っているが、学術的には「BtoBtoB」の概念と同じであるため、概念の混乱がある。

- ・本稿の分析対象は大手企業であるが、第2章の小括には中小企業まで含めての分析結果が提示されている。

- ・第3章のアフターマーケット市場を説明する際、個人向けと法人向けの市場についての記述が整理されないまま、混在している。

- ・第5章の企業間関係の変化の分析において、第4章で分析している集中購買がどのように変化したかについての明示的な言及がない。

これらの点は、再提出論文で全て修正され、改善された。その上で、残された課題として以下の2点を提起したい。

第1に、本論文は、日本の法人向け自動車販売でどのような企業間関係が展開されてきたかを成功的に解明しているにもかかわらず、そういう企業間関係の影響についての分析が十分ではない。企業間取引が法人向け市場の動向、自動車業界の競争様相に与える影響を実証することによって、法人向け自動車販売の過程分析の意義がより高まると期待される。

第2に、自動車メーカーの法人向け販売の比重が大きくなり、各社にとって法人向け販売の戦略的な重要性も高まったことから、全社の販売戦略の中で法人向け自動車販売をどう位置づけていたかが重要になるが、本論文では、全社の販売戦略と法人向け自動車販売の関連について十分に解明されているとは言い切れない。

(3) 結論

本論文は検討すべき課題を残しているものの、これらの課題は今後十分に取り組み可能なものであり、本論文の貢献を大きく損なうものではない。岸田淳氏の今後の研鑽とさらなる研究の発展を期待し、本論文が速やかに公にされることを望む。

ここに、審査小委員会は、全員一致で本論文が博士(経営学)の学位資格を十分に備えているとの結論に達した。