



Osaka Gakuin University Repository

Title	新規開業企業における取引関係のネットワーク構造と経営成果の関係 A Study about Relationship between Network Structure of Startup Companies and Performances
Author(s)	池田 広男 (Hiroo Ikeda)
Citation	大阪学院大学 流通・経営学論集 (OSAKA GAKUIN UNIVERSITY REVIEW OF DISTRIBUTION, COMMUNICATION AND BUSINESS ADMINISTRATION), 第 39 巻第 1 号 : 33-51
Issue Date	2013.09.30
Resource Type	ARTICLE/ 論説
Resource Version	
URL	
Right	
Additional Information	

新規開業企業における取引関係のネットワーク構造 と経営成果の関係

池田 広男

A Study about Relationship between Network Structure of Startup Companies and Performances

Hiroo Ikeda

ABSTRACT

The aim of this paper was to study about relationship between network characteristics of startup companies and performances. We used some transactional characteristics as network characteristics. Some transactional characteristics consisted of competitive quotes, numbers of owner, sales of upper three companies, numbers of rival, outsourcing and changes of owner. Some outcomes were used as performance variables. Outcomes consisted of increase of sales, profitability and degree of satisfaction to performances.

The relationship between increase of sales and competitive quotes had statistical significance. The relationship between increase of sales and outsourcing had also statistical significance. We found that companies with less competitive quotes or outsourcing had higher performances. We also found small constraints for transactions resulted in higher performances. For profitabilities, we found that numbers of rival, numbers of owner, sales of upper three companies and changes of owner had relationship with statistical significance. We found that companies with many transactions had higher performances. For degree of satisfaction to performances, we found that numbers of rival and numbers of owner had relationship with statistical significance. For all, we found that companies that could transact with independence had higher performances.

1. 研究の背景

本論文の目的は、新規開業した企業が保有する取引関係が自社の業績に与える影響について検討することである。企業が保有する取引関係をネットワークと位置づけ、このネットワークが持つ構造的特性を業績に影響を与える要因の1つとして採りあげる。検討するにあたって公刊されたデータ¹⁾を用い、定量的な分析を行った。

企業が保有する取引関係におけるネットワークの特性は、企業の業績にどのような影響を与えると考えられるのだろうか。企業の取引関係について、特に分散化、特定少数の相手とだけ取引を行うのではなく、同様な取引を行うことができる複数の相手と取引関係を築くことが重要であることが近年指摘されている（東京都産業労働局、2010）。また、中小企業や創業期における企業の取引関係が業績に影響を与えるという指摘が先行研究である大原(2009)や鈴木(2012)において見受けられる。しかし、創業期の企業の取引関係に注目した研究が少ないことが鈴木によって指摘されていることから、今後も調査分析を通じた研究の継続的蓄積が必要となる分野と言える。また、取引関係に注目する必要性が先に挙げた様な先行研究において指摘されていながらも、その取引関係自体が先行研究においては他社／他者との関係の有無として捉えられている。具体的には取引関係自体を企業間のネットワークとして捉える際、取引相手の立場が何であるのかに注目している。例えば、友人や元勤務先等である。これらは取引関係をネットワークとして捉える際、相手との間に築かれた関係一つ一つの質的特性に注目したものであると言える。ネットワークにおける関係一つ一つの質的特性はネットワークを分析する際に注目すべき対象であるとは言

1) 〔二次分析〕に当たり、東京大学社会科学研究所附属社会調査・データアーカイブ研究センター SSJ データアーカイブから 〔「個人事業主（サービス業）の独立開業に関する実態調査、2004」(リクルート ワークス研究所)〕の個票データの提供を受けました。

えるものの、ネットワークに備わる構造的な特徴を明らかにすることは別途、あるいはネットワークの質的特徴の調査分析と並行して取り組むべき研究対象であると言える。企業の取引関係におけるネットワークの構造的な特徴を研究したもののひとつとして Burt(1995)を挙げるができる。Burtの研究は必ずしも明示的に新規開業企業を対象としてはいないものの、本論文における研究の背景として採りあげることとした。

取引先との取引関係を検討するにあたって、本論文では Burt(1995)による構造的な空隙の議論に注目する。これは自身にとって経済的利益の獲得等有利な立場に立つことができるネットワークの特性についての研究である。Burtは、有利な立場にあるとするネットワークの特徴に、重複の少なさを挙げている。この重複は直接結合と構造同値の2つの観点に基づくものであり、必要以上の関係を有さない、すなわち冗長ではない関係を自身が保有することによって経済的利益を獲得することが可能となる。Burtの議論においては、他者との関係の構築は経済的利益を獲得するための投資行動と位置づけられている。投資に見合った利益を獲得するためには、利益を得にくい重複した関係を持つことを避けなければならない。

本節において、主に3点について確認してきた。1つ目は、中小企業や創業期の企業における取引関係の特徴と業績の関係についての先行研究である。2つ目は、創業期の企業における取引関係に注目した研究の少なさとそれによる研究継続の必要性である。3つ目は、取引関係をネットワークとして捉える際に観点として依拠する先行研究に Burtの議論を採りあげることである。

2. 分析の方向性

前節までにおいて確認できた研究上の背景に基づき、本論文では公刊されたデータを用いた定量的分析と検討を行うこととした。この公刊データの中から

取引関係に関する質問項目と経営成果に関する質問項目を抽出し、コントロール変数に位置づける質問項目と合わせて推計式を作成することとした。作成された推計式による推計結果に基づいて、取引関係が企業の経営成果に与える影響を考察することとした。

なお、本論文においてとりあげるネットワーク特性を示す変数においては、Burtによって提唱されたネットワーク特性の量を直接計算せず、構造的空隙の観点を援用することでネットワーク特性を示す変数として位置づけている。これは、構造的空隙を示すために用いられる指標である拘束度を本論文においてとりあげるデータからは計算できないためである。この点は、本論文における分析の実施面での限界の1つとしてあげなければならない。しかしながら、構造的空隙の議論において提示されたネットワーク構造をとらえる観点である関係を有することによって生じる制約の存在については、本論文においてとりあげるデータに含まれる質問項目から十分に把握することは可能と考えられる。

3. データ

本論文での分析のために用いられたデータは、リクルートワークス研究所によって2003年に実施された「個人事業主（サービス業）の独立開業に関する実態調査、2004」において収集されたものである。主な調査対象は全国の個人事業主であり、主な業種の対象はサービス業である。サンプル数は800であった。

このデータを用いて、ネットワーク特性を示す変数とコントロール変数、そして成果を示す変数によって推計を行い、ネットワーク特性が成果に与える影響を検討した。変数の選択にあたって、鈴木(2012)、高橋(2007)を参考にした。ネットワーク特性を示す変数に用いた質問項目は、直請けの割合、合い見積もりの程度、競争相手の多さ、発注元の数、売上全体の内上位3社が占める割合、外注実施の有無、発注元の変動である。

直請けの割合については、仕事全体のうちに占める割合をパーセンテージによって回答された。合い見積り程度の程度については、5段階尺度を用い、「よくある」の1から「ない」の5までの中から選択回答された。競争相手の多さについては、5段階尺度を用い、「競争相手はとても多い」の1から「競争相手はほとんどいない」の5までの中から選択回答された。発注元の数については、該当する会社の数もしくは人数によって回答された。売上全体の内上位3社が占める割合については、調査において回答された発注元の売上に占める割合の1位から3位のを合計して求めた。外注実施の有無については4段階尺度を用い、「出せる仕事は、なるべく外注している」の1から「その他」の4までのうち、4の「その他」を除外した「必要な場合のみ外注している」の2と「まったく外注していない」の3の3つを分析対象のデータとして用いた。発注元の変動については5段階尺度を用い、「すべて変わる」の1から「まったく変わらない」の5までの中から選択回答された。

コントロール変数に用いた質問項目は、独立した年、独立した時の年齢、現在の業種、従業員数の合計、事業内容・商品等に独自性があるかどうか、斯業経験の有無、性別、現在の年齢、最終学歴である。独立した年については、1989年から2003年までの中から選択回答された。独立した時の年齢については該当の年齢が回答された。現在の業種については8種類の中から選択回答された。対象となった業種は建設業、製造業、卸売業、小売業、飲食業、金融・保険業、不動産業、情報サービス業である。従業員数の合計については該当する人数が回答された。事業内容・商品等に独自性があるかどうかについては5段階尺度を用い、「とても独自性がある」の1から「ほとんど独自性がない」の9までの中から選択回答された。斯業経験の有無については2段階尺度を用い、「ある」または「ない」の中から選択回答された。性別、現在の年齢、最終学歴についてはそれぞれ該当のものが回答された。

成果を示す変数に用いた質問項目は、売上高、採算水準、業績への満足度で

ある。成果を示す変数のうち、売上高については調査対象となっていた2002年の売上高と2001年の売上高を比較し、2002年にて売上高の増加、減少、変動無しなどいずれの状態にあるのかといった売上高の変動を用いることとした。さらに、後述の分析においては、成果を示す変数とした質問項目における回答を分類し、2値で示すことができるように変換した。成果変数として採りあげた質問項目に対する回答の分類は次の通りである。まず、売上高については、前述の通り、売上高については調査対象となっていた2002年の売上高と2001年の売上高を比較し、増加した場合は1、それ以外の場合は0とした。成果変数として用いた2つ目の質問項目である採算水準における回答については、黒字基調が1、どちらかといえば黒字基調が2、どちらかといえば赤字基調が3、赤字基調が4となっていた。これを黒字と赤字の2分類に改め、黒字基調とどちらかといえば黒字基調を1、どちらかといえば赤字貴重と赤字基調を0とした。成果変数の3つ目として採りあげた現在の業績の満足度における回答については、とても満足が1、満足が2、どちらでもないが3、不満が4、とても不満が5となっていた。これを満足と満足以外の2分類に改め、とても満足と満足を1、どちらでもない、不満、とても不満を0とした。

次に、ネットワーク特性として採りあげた取引関係に関する質問項目について、それぞれがどのようなネットワーク特性に注目しているのかをみてみることにしよう。該当する質問項目は、質問項目は、直請けの割合、合い見積り程度、競争相手の多さ、発注元の数、売上全体の内上位3社が占める割合、外注実施の有無、発注元の変動である。1つ目の直請けの割合においては、発注元から直接仕事を受注した割合が問われている。これには、再委託のような間接的に発注元から仕事を受注する場合は該当しない。再委託や複数の再委託を繰り返して仕事を受注するような場合、仕事を受注する側は仕事を委託する側から発注と受注の関係において制約を受けていると考えられる。例えば、発注元との関係において、発注元と直接取引に関する接触を持つ機会が見込まれ

ないため、受注した仕事に関する交渉の実施が困難となることが考えられる。一方、質問項目において問われている直請け、すなわち再委託が起らず、発注元から直接仕事を受注できる環境に自社がおかれている場合、発注や受注に制約を委託先から受けることが無い。再委託において現れうる複数の取引に関わる当事者が直請けの場合は現れることは無いため、仕事を受注する側は発注元と交渉の実施を自主的に行える余地があると考えられる。

2つ目の合い見積もりの程度においては、自社に関わる仕事が合い見積もりの対象となる頻度が問われている。これは、発注元が複数の発注先候補に受注時の見積もりを出していることを示している。言い換えれば、仕事の受注に関して、自社の競争相手がいるかどうかが問われているのである。競争相手がいる場合と競争相手が存在しない場合を比較した時、仕事を受注できる見込みは当然ながら競争相手がいない場合に高くなる。仕事の受注に関する競争相手の存在は自社の仕事の受注の獲得の見込みに制約を与える存在である。この相見積もりについての質問は、自社の受注獲得と直接競合する相手が発生する見込みが問われている。よって、相見積もりの頻度が高いほど、自社は発注元からの受注を受ける見込みが小さくなり、自社の取引関係に与える制約が大きいということになる。

3つ目の競争相手の多さは、文字通り自社と競合する事業を手掛ける相手が多いかどうかについてを問うている質問項目である。この質問項目におけるネットワーク特性の捉え方に関しては、2つ目の質問項目である相見積もりが発生する程度と類似している。直接競合する相手の存在は、受注の獲得の見込みから売り上げや利益の獲得の見込みと言った自社の事業活動に広汎にわたって影響を与えることとなる。競争相手の存在は、自社の事業活動に制約を与えるものであると捉えることができる。

4つ目の発注元の数では、自社が仕事を受注することができる相手の数が問われている。発注元の数が多いほど、自社は多様な相手から仕事を受注するこ

とができる。仕事の受注に関して、多様な相手と取引関係を有している状態にあると言える。一方、発注元の数が多い場合、自社は限られた相手からしか仕事を受注することができない。仕事の受注に関して限られた相手とのみ取引関係を有している状態にあると言える。そのため、自社にとって有利とは言えないような条件であっても仕事を受注せざるを得ないような状況に直面することも予想される。発注元の数少なさは自社の事業活動に制約を与えるような取引関係であると言える。発注元の数が多いほど、自社の事業活動は制約を受けにくいような状態に置かれていると言えるだろう。

5つ目の上位3社の売り上げにおいては、自社の売り上げの全体がどの程度特定の取引相手に依存しているかが問われている。上位3社の売り上げが自社の売り上げの全体に占める割合が小さい場合、売り上げの順位で第4位以下に位置づけられる取引先からも少なくない割合の売り上げを獲得していることとなる。一方、上位3社の売り上げが自社の売り上げ全体に占める割合が大きい場合、売り上げの順位第4位以下の取引先よりも上位3位までの取引先との取引が重視されていると考えられる。上位3社の売り上げが自社の売り上げ全体に占める割合が小さい場合は少数の取引相手との取引に依存する度合いが小さい、すなわち売り上げに関して取引が多く企業のわたる分散した状態にあると考えられる。上位3社の売り上げが自社の売り上げ全体に占める割合が大きい場合は、売り上げに関して特定の少数の企業との取引に依存する度合いが大きく、売り上げに注目した場合に取引が集中する傾向にある自社の状態が示されているといえる。

6つ目の外注の有無に関しては、自社の業務において他社に業務の実施を依頼する傾向の有無が問われている。外注を実施する場合は自社が外注先候補に対して仕事の実施を依頼する立場に立つことになる。そのため、外注する相手がいる場合、外注先候補に対して業務の依頼に関する取引において自社は有利な立場に立っていると考えられる。外注の実施は、取引に制約を発生するかどうかについての自社の立場を示していると言える。

7つ目の発注元の変動に関しては、発注元が入れ替わる頻度が問われている。発注元が全く変動しない場合、自社は仕事の受注に関して発注元と固定的な取

引関係を有する余地が存在していると考えられる。取引先の固定化が長期に及ぶことは、特定の相手とのみ仕事の受注に関して依拠する度合いが強まるという特性が自社の取引に備わる余地が存在することを示すものである。そのため、発注元の変動は自社の取引に制約を与える要因であると考えられる。

4. 分 析

前述したように、本論文において、取引関係におけるネットワークの特性が経営成果に与える影響を調査分析するために、3つの成果変数を設定した。1つ目は売上高、2つ目は採算、3つ目は業績に対する満足の程度である。これらと前述したネットワーク特性を捉えるための取引関係についての変数、コントロール変数を用いた推計式を作り、成果変数に与える影響の推計を行った。以下、成果変数ごとに分析の内容についてみて見ることにしよう。

4.1 分析1：売上高との関係

本項では、取引関係におけるネットワーク特性と売上高の関係について注目する。図表1は、取引関係のネットワーク特性とコントロール変数が売上高の増減に与える影響についての推計結果をまとめたものである。推計結果の中で取引関係のネットワーク特性に関する変数に注目してみると、合い見積もり、外注の有無という2つの変数において統計的に有意となる結果を得た。

図表から、合い見積もりの係数は約0.21となっており、売上高の増減とは正の相関関係を有している状態が示されている。合い見積もりの回答については、1がよくあるとなっており、5がほとんどないとなっていたため、値が大きくなるほど、合い見積もりが起りにくい状態が回答されていることとなる。一方、売上高については、前年より増加した場合は1、増加しなかった場合は0としていた。ここから、売上高が前年より増加した企業においては、合い見積もりが起りにくいと回答する傾向が示されていたと言える。合い見積もりと外注以外のネットワーク特性を示す変数の多くにおいては統計的有意性が示されなかったこともあり、断言することはできないものの、いわゆる他社との競

合は仕事を受注する側の企業にとって必ずしも経営成果に良い影響を与えるとは限らないという傾向を図表から読み取ることができる。ネットワーク特性を示す変数のうち、外注の実施についても統計的に有意となる結果を得た。

図表1 売上高との関係

変数	係数	標準誤差	z	P	
切片	0.3656344	1.5403264	0.237	0.81237	
直請け	-0.0350028	0.0449557	-0.779	0.43621	
合い見積もり	0.2045721	0.106298	1.925	0.05429	・
競争相手	-0.0385474	0.1142349	-0.337	0.73579	
発注元数	-0.0001073	0.0018352	-0.058	0.95338	
上位3社売上	0.001508	0.0047764	0.316	0.75221	
外注	-0.5956581	0.264027	-2.256	0.02407	*
発注元変動	-0.0739374	0.1479252	-0.5	0.61719	
独立年	0.235786	0.0872503	2.702	0.00688	**
年齢(独立時)	0.0556797	0.0425552	1.308	0.19073	
業種	-0.0724145	0.0742593	-0.975	0.32948	
従業員数	-0.0187539	0.0414682	-0.452	0.65109	
独自性	-0.2717089	0.1396586	-1.946	0.05171	・
斯業経験	0.1441067	0.3172964	0.454	0.64971	
性別	0.0358456	0.3094854	0.116	0.90779	
年齢(現在)	-0.7924852	0.4078356	-1.943	0.052	・
学歴	0.0424185	0.0786351	0.539	0.58959	

N = 360

AIC = 390.09

(図表右側の・は10%有意、*は5%有意、**は1%有意を示す)

図表から、外注の係数は約マイナス0.6となっており、売上赤の増減とは負の相関関係を有している状態が示されている。外注の実施については1がなるべく外注、3が全く外注しないとなっていたため、値が大きくなるほど、外注を実施しない傾向にあることが回答されていることとなる。ここから、売上高が前年より増加した企業においては、外注をなるべく実施すると回答する傾向が示されていたと言える。外注をする場合は自社が手がける業務の一部などを他社に代行してもらえる立場に自社が置かれていると考えられる。そのため、外注を実施するもしくは実施できる場合は、取引関係には他社の制約を受けにくいというネットワーク上の特性が備わっていると考えられる。

4.2 分析2：採算との関係

次に、採算を成果変数に採りあげた場合の分析の結果についてみて見ることにしよう。図表2は、取引関係のネットワーク特性とコントロール変数が採算の増減に与える影響についての推計結果をまとめたものである。推計結果の中で取引関係のネットワーク特性に関する変数に注目してみると、競争相手、発注元数、自社の売上のうち上位3社の売上が占める割合、発注元の変動という4つの変数において統計的に有意となる結果を得た。

まず、競争相手について、図表の係数は約0.15となっており、採算と正の相関関係を有している状態が示されている。競争相手の回答については、1が競争相手がとても多い、5が競争相手がほとんどいないとなっていたため、値が大きくなるほど競争相手が少なくなっていく状態が回答されていることとなる。一方、採算の回答については、1が黒字の傾向、0が赤字の傾向となっていた。ここから、採算が黒字の傾向にある企業においては、競争相手が少ないと回答する傾向が示されていたと言える。競争相手となる企業が少なくなるほど自社はより多くの経済的利益の獲得が見込まれることとなるため、自社の経営成果に良い影響を与えると考えることができる。競争相手の少なさは、自社の取引

にとって制約とはなりにくいと考えられる。一方、競争相手の多さは、自社の経済的利益の獲得が見込まれにくくなるという自社の状態を示していると考えられるため、取引において制約を与える存在と考えることができる。

発注元の数については、図表の係数は約0.004となっており、値は大きいとは言えないものの、採算と正の相関関係を有している状態が示されている。発注元の数の回答については、自社が仕事を受注することができる相手の数を直接回答する形式であるため、採算が黒字の傾向にある企業においては、発注元の数が増える傾向が示されていたと言える。発注元の数が多い場合は売上の発生源が多数に上ることとなり、売上の発生源が分散する傾向にあると言える。売上に関して取引先が分散する傾向にある場合、自社の採算が黒字に近づくということになる。特定少数の相手を対象として取引を集中させるより、多様な相手と取引関係を有する場合に企業の経営成果は高まるという結果が示されていた。

上位3社の売上については、図表の係数は約マイナス0.006となっており、発注元の数と同様、値は大きいとは言えないものの、採算と負の相関関係を有している状態が示されている。上位3社の売上については、自社の売上全体に占める割合を直接回答する形式であるため、採算が黒字の傾向にある企業においては、上位3社の売上が自社の売上全体に占める割合が小さくなる傾向が示されていたと言える。上位3社の売上についての分析結果は、前述の発注元の数を対象とした分析の結果と適合的であると言える。上位3社の売上についても発注元の数と同様、自社の売上全体に占める割合が小さくなる状態は、売上の発生源が分散する自社の取引上の傾向を示している。特定少数の企業に限定することなく、多様な取引先に対して売上の発生を依存する場合、黒字基調の傾向、すなわち経営成果に良い影響と与えるという結果が示されていた。特に発注元の数と売り上げ上位3社に注目した場合、取引先を分散させる傾向にある企業においてはより良い経営成果を獲得する傾向にあることが指摘できるか

もしれない。

図表 2 採算との関係

変 数	係 数	標準誤差	z	P	
切片	-1.298367	1.103692	-1.176	0.23944	
直請け	-0.00464	0.032221	-0.144	0.8855	
合い見積もり	-0.001702	0.074202	-0.023	0.9817	
競争相手	0.147779	0.083827	1.763	0.07792	・
発注元数	0.003987	0.002001	1.992	0.04632	*
上位 3 社売上	-0.005987	0.003456	-1.733	0.08315	・
外注	-0.079609	0.191553	-0.416	0.67771	
発注元変動	0.288691	0.105219	2.744	0.00607	**
独立年	-0.040306	0.050734	-0.794	0.42693	
年齢(独立時)	0.02231	0.029199	0.764	0.44483	
業種	-0.004267	0.054568	-0.078	0.93768	
従業員数	0.045566	0.027646	1.648	0.09932	・
独自性	-0.148453	0.092805	-1.6	0.10968	
斯業経験	0.054449	0.231069	0.236	0.81371	
性別	0.968695	0.235336	4.116	0.0000385	***
年齢(現在)	-0.430255	0.27153	-1.585	0.11307	
学歴	0.130735	0.054705	2.39	0.01686	*

N = 509

AIC = 681.2

(図表右側の・は10%有意、*は5%有意、**は1%有意、***は0.1%有意を示す)

発注元の変動については、図表の係数は約0.29となっており、採算と正の相関関係を有している状態が示されている。発注元の変動の回答については、1

が全部変わる、5が全く変わらないとなっていた。ここから、採算が黒字の傾向にある企業においては、発注元の変動が起りにくい状態が回答される傾向が示されていたと言える。上記までで、取引先は少数に固定されるのではなく、多様な相手と有する場合により良い経営成果を得るという傾向が示されていた。取引先分散化の傾向の中に取引先の入れ替わりまでが含まれるのかどうかについては本論文における分析では必ずしも明らかとはならない。取引先分散化の対象に取引先の入れ替わりまでが含まれるかどうかについては今後の研究対象としたい。

4.3 分析3：業績に対する満足度との関係

本項では、業績に対する満足度を成果変数に採りあげた場合の分析の結果について見てみることにしよう。図表3は、取引関係のネットワーク特性とコントロール変数が業績に対する満足度に与える影響についての推計結果をまとめたものである。推計結果の中で取引関係のネットワーク特性に関する変数に注目してみると、競争相手、発注元数という2つの変数において統計的に有意となる結果を得た。

まず、競争相手について、図表の係数は約0.33となっており、業績に対する満足度と正の相関関係を有している状態が示されている。競争相手の数が成果変数と統計的に有意な正の相関関係を有する状態は、成果変数に採算状況を採用した場合と同様である。業績に対する満足度の回答について確認しておくと、1が満足、0が満足ではないとしていた。ここから、業績に満足を感じる企業においては、競争相手があまり多くはないと回答する傾向にあることが示されていることが分かる。競争相手が多くはない場合は、自社の事業活動に対する制約が大きくはないと考えられる。他社との競争の結果獲得される業績よりも、競争相手が多くはない状況のもとで獲得される業績に対してより満足を感じる傾向にあると考えられる。

図表3 業績に対する満足度との関係

変数	係数	標準誤差	z	P	
切片	-3.989357	1.57367	-2.535	0.01124	*
直請け	0.067435	0.048009	1.405	0.16013	
合い見積もり	-0.012641	0.105372	-0.12	0.90451	
競争相手	0.32644	0.113264	2.882	0.00395	**
発注元数	0.002294	0.001228	1.868	0.0617	・
上位3社売上	0.003312	0.004643	0.713	0.47554	
外注	-0.252211	0.257424	-0.98	0.32721	
発注元変動	0.089862	0.147111	0.611	0.5413	
独立年	-0.028685	0.070462	-0.407	0.68394	
年齢(独立時)	0.021569	0.040841	0.528	0.5974	
業種	0.015264	0.076011	0.201	0.84084	
従業員数	0.002588	0.038143	0.068	0.9459	
独自性	-0.10595	0.129186	-0.82	0.41214	
斯業経験	-0.568828	0.35924	-1.583	0.11333	
性別	0.77404	0.29514	2.623	0.00873	**
年齢(現在)	-0.23503	0.377833	-0.622	0.53391	
学歴	0.199486	0.074111	2.692	0.00711	**

N = 509

AIC = 427.19

(図表右側の・は10%有意、*は5%有意、**は1%有意を示す)

次に、発注元の数について、図表の係数は約0.002となっており、業績に対する満足度と正の相関関係を有している状態が示されている。発注元の数についても、競争相手の場合と同様、成果変数に採算状況を採りあげた場合と類似

の結果を得た。また、係数の絶対値が大きくはない結果となったことも同様である。ただし、業績との関係においては、発注元の数が多くなるほど業績に対する満足度が悪化する傾向にある状態が示唆されている。業績に対する満足度は、経営者の主観的判断がより強調される成果変数であり、財務的な成果ではない。経営者の主観的な判断に基づく満足度が取引関係に置けるネットワーク特性とどのような関係にあるのかについては今後の研究上の課題の1つとして位置づける。

5. まとめ

本論文の目的は、新規開業した企業が保有する取引関係が自社の業績に与える影響について検討することであった。企業が保有する取引関係をネットワークと位置づけ、このネットワークが持つ構造的特性に注目して、これらが業績に与える影響について公開データを用いて検討を行った。ネットワーク特性として採りあげた対象は、直請けの割合、合い見積もりの程度、競争相手の多さ、発注元の数、売上全体の内上位3社が占める割合、外注実施の有無、発注元の変動であった。成果を示す変数に用いたものは、売上高の増減、採算、業績に対する満足度であった。

売上高の増減に関し、合い見積もり、外注の有無という2つの変数において統計的に有意となる結果を得た。合い見積もりについては正の相関関係、外注の有無については負の相関関係が示された。ここから、合い見積もりが起りにくい、できるだけ外注を実施する企業においては、自社の取引が制約が大きくはない状態に置かれていると考えられた。取引における自社の自律の度合いは経営成果に影響を与えられると考えられ、自律の度合いが大きいほどよりよい経営成果を得る傾向にあるという状態が本論文における分析から示唆された。

採算との関係に関し、競争相手、発注元数、自社の売上のうち上位3社の売

上が占める割合、発注元の変動という4つの変数において統計的に有意となる結果を得た。この結果からは、より多くの企業と取引を行うことによってより良い経営成果が獲得できる傾向が示唆されていると考えられた。より多くの企業と取引できる状態は自社の取引対する制約が大きくはない状態にあると考えられる。自社の取引を自律的に行える状態がより良い経営成果をもたらすという傾向は成果に売上高の増減を採りあげた場合と同様であった。

業績に対する満足度に関し、競争相手、発注元数という2つの変数において統計的に有意となる結果を得た。競争相手については、競争相手が多くはない状態、自社の取引への制約が大きくはない状態において業績に対して満足する傾向にあることが示唆された。

本論文における分析を通じて、ネットワーク特性として自社の取引を自律的に行えるときにより良い経営成果を得るという、取引における傾向が示唆された。なお、採算との関係における発注元の変動と業績に対する満足度における発注元の数に関しては解釈を十分に行うことができなかつたので今後の研究課題としたい。

参考文献

- Burt, R. (1995) "Structural holes: the social structure of competition," Harvard University Press. (安田雪訳(2006 a)『競争の社会的構造：構造的
空隙の理論』新曜社。)
- Burt, R. S. (2001) "Structural Holes versus Network Closure as Social Capital,"
Lin, Karen S. Cook, and R. S. Burt (eds). Social Capital: Theory and
Research, Aldine de Gruyter. (金光淳訳(2006 b)「社会関係資本をもたらす
のは構造的隙間かネットワーク閉鎖性か」野沢慎司編・監訳『リーディング

- スネットワーク論』勁草書房。
- 中小企業庁(1994)『中小企業白書平成6年版』国立印刷局。
- De Carolis, D. M., B. E. Litzky and K. A. Eddleston (2009) “ Why Networks Enhance the Progress of New Venture Creation: The Influence of Social Capital and Cognition,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2).
- Gulati, R., N. Nohria and A. Zaheer (2000) “ Strategic networks,” *Strategic Management Journal*, 21.
- 林文彦(2005)「愛媛県内企業のグローバル化の現状と課題」広島大学地域経済システム研究センター編『第17回研究集会報告書：地方都市の都心再生』地域経済研究推進協議会。
- 磯辺剛彦・矢作恒雄(2011)『起業と経済成長：Global Entrepreneurship Monitor 調査報告』慶應義塾大学出版会。
- McEvily, B. and A. Zaheer (1999) “ Bridging ties: a source of firm heterogeneity in competitive capabilities,” *Strategic Management Journal*, 20(12).
- 三輪哲(2010)「新規開業における世代間再生産と社会的ネットワークの影響」『日本政策金融公庫論集』、6。
- Premaratne, S. P. (2001) “ Networks, Resources, and Small Business Growth: The Experience in Sri Lanka,” *Journal of Small Business Management*, 39 (4).
- 岡室博之(2005)「企業の創業・発展とネットワーク」『産業立地』44(3)。
- 大原亨(2009)「中小企業経営者による社会的ネットワークの拡大とその利用に関する理論的検討」『一橋研究』33(3・4)。
- Rodan, S. (2010) “ Structural holes and managerial performance: Identifying the underlying mechanisms,” *Social Networks*, 32.
- Scott, J., (2011) “ Social network analysis: developments, advances, and prospects,” *Social Network Analysis and Mining*, 1(1).

- ストーリー、D. J. 著、忽那憲治・安田武彦・高橋德行訳(2004)『アントレプレナーシップ入門』有斐閣。
- 鈴木正明(2012)「どのような取引関係が創業期の業績を高めるのか」日本政策金融公庫総合研究所編『新規開業企業の軌跡：パネルデータにみる業績、資源、意識の変化』勁草書房。
- 鈴木努(2009)『ネットワーク分析』共立出版。
- 高橋康二(2007)「小企業経営者間のパーソナル・ネットワーク—その所在と業績への影響—」東京大学社会科学研究所スモールビジネス研究会編『小企業活性化支援の新しいモデル』東京大学社会科学研究所スモールビジネス研究会。
- 東京都産業労働局編(2010)『平成21年度東京の中小企業の現状（製造業編）』東京都産業労働局商工部調整課調査分析係。
- Uzzi, B. (1997) “Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness,” *Administrative Science Quarterly*, 42.
- 安田雪(2005)「自動車部品サプライヤーの取引構造にみる「べき法則」」『MMRC DISCUSSION PAPER SERIES』33。
- Zaheer, A. and G. G. Bell (2005) “Benefiting from network position: firm capabilities, structural holes, and performance,” *Strategic Management Journal*, 26(9).