

日本におけるアライアンス成立に関する実証分析
～152社のコンサルティング実績データをもとに～

株式会社ティーシーコンサルティング

代表取締役社長 富田賢 <http://www.tcconsulting.co.jp/>

慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科 後期博士課程

慶應義塾大学 SFC 研究所 上席所員(訪問)

1. 発表者は、コンサルティング会社社長として、2008年5月～2015年3月までの約7年間で、152社のアライアンスに関するコンサルティングを行った。そのデータをもとに、アライアンス成立の要因の分析を行っている。(発表では、そのデータにおける企業属性等をグラフにて開示。) ※自由論題での発表の申し込み時は、129社で応募したが、その後、データを追加し、152社に変更。
2. コンサルティング先企業152社には、コンサルティング先企業以外の紹介も実施したが、このたびの分析では、コンサルティング先企業同士のアライアンスの成立に限定。(ティーシーコンサルティングが仲介者として、企業を紹介して、双方がなにがしらか話し合いを前に進めることになった場合には、アライアンスが「成立した」とし、なにも進まなかった場合は、「不成立」としてカウント。)
3. アライアンスの先行研究では、主としては、安田洋史(2010)『アライアンス戦略論』で整理されているように、(1)資源ベース理論(コリス&モンゴメリー(2004)『資源ベースの経営戦略論』で言われる①技術資源、②販売資源、③生産資源、④人材資源、⑤資金資源の交換がアライアンスであるという考え方)と、(2)取引コスト理論(外部企業と通常の市場取引をするより、アライアンスをしたほうがコストが安い場合にアライアンスが成立し、さらに進むと内部化される形になると見る考え方)があるが、当研究としては、(1)資源ベース理論の立場を取る。
4. アライアンスは、強みと弱みの相互補完であると考え、発表者の有するコンサルティング先企業152社について、8つの観点で、各企業の強み・弱みについて5段階評価を行った。富田賢(2014)『新規事業立ち上げの教科書～ビジネスリーダーが身につけるべき最強スキル』にて例示した下記の観点を使用。それぞれ

の評点は、主観的なものとなるが、評点の基準については、定義付けをいくつかの因子により行った。

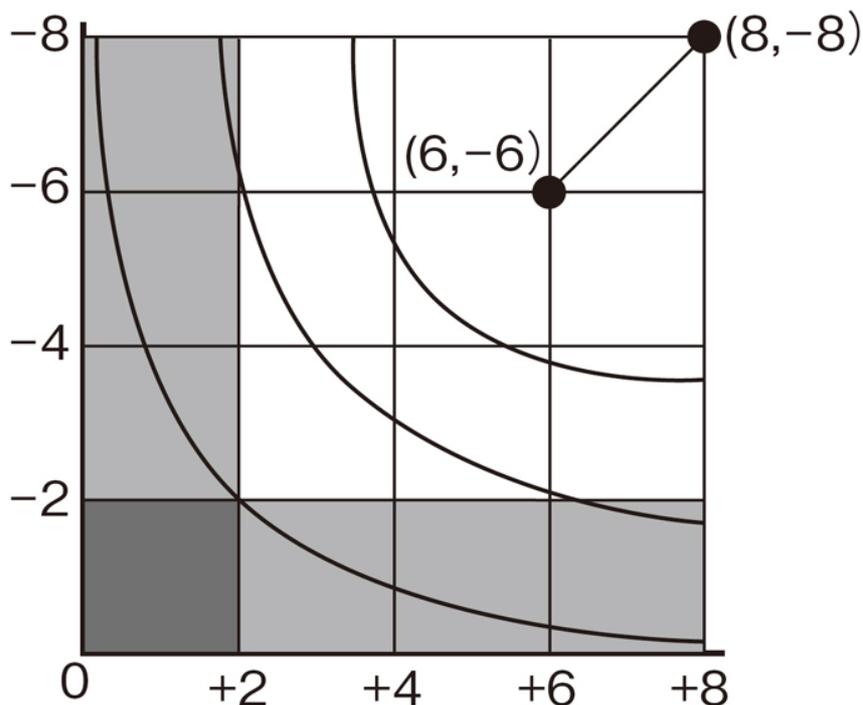
①営業力がある・ない、②技術力がある・ない、③アイデア力がある・ない、④資金力がある・ない、⑤人材がいる・いない、⑥生産力がある・ない、⑦ブランドや信用力がある・ない、⑧機動的な組織風土である・ない。

5. アライアンス成立の相互補完モデルを構築するにあたり、物理学におけるスピングラス・モデル（磁石のN極・S極の引き合う力の理論）や、バイポーラートランジスタ（半導体のN型・P型の組み合わせの理論）を応用させて、数学的な相互補完モデルを考案した。長さ4のベクトル長8の1次マトリックスのベクトルとして表現できる。

6. 考案・構築したアライアンスの「2極相互補完モデル」とは…：

A社の弱みをB社の強みで補完したり、A社の強みをB社の弱みを補ったりする、相互補完モデルです。片方の企業だけの補完や、両方の補完が小さい場合は、相互補完は小さいと考えます。つまり、強い相互補完関係とは、相互に強みや弱みを、強く補完し合う関係のことです。相互補完モデルは、2社間の互いに引き合う力に基づく2極スピモデルです。最も相互補完の強度が強い点からの距離が「相互補完強度」となる。

※数式については、発表時の資料にて、掲載。



7. 152社のコンサルティング実績のデータ分析は、オープンソースのプログラミング言語「Python」のプログラミングにて、実施。

相互補完強度を正規化して、0～1の数値になるようにし、0.05ごとの分布を、アライアンスの「成立」と「不成立」について、棒グラフで示した。

それにより、このたび構築した2極の相互補完モデル及びそれに基づく相互補完強度の確からしさを検証した。

※データ解析の結果についても、発表時の資料に掲載し、状況を報告予定。

8. 今後の研究課題

いったん、ビジネスクリエーター研究学会 第14回大会（2015年3月29日）までに、作業ができた段階の内容で、発表し、その後、このモデルをより改良し、アライアンス成立の理論として確立させていきたい。“意欲”などの目に見えない要素を盛り込み、加重をかけることも検討している。

※ 本研究内容は、まだ研究論文としてジャーナルに掲載されていない段階となっているものの、発表要旨はWeb上にて公開される形のため、限られた内容とさせていただきます。3月29日の発表時は、さらに詳細な内容を発表させていただきます。

以上