

自動車産業の金融業的側面に関する研究

～会計学からの考察～

会計研究科 会計専門職専攻

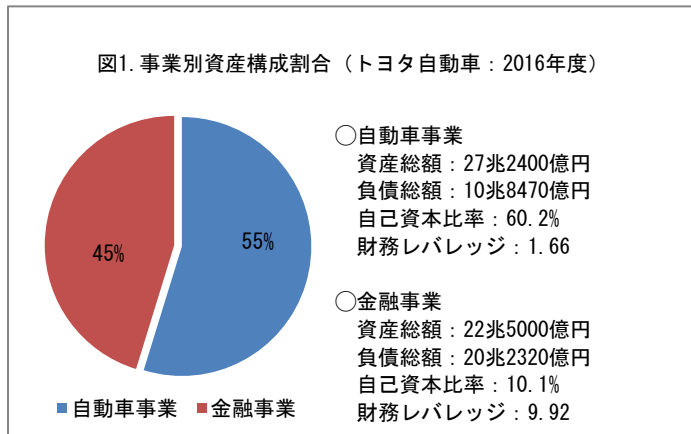
教授 土田俊也、◎M2 石田裕明

キーワード

自動車産業の金融業化、販売金融、財務諸表分析、財務レバレッジ、
会計上の利益とキャッシュフロー

研究概要

本研究の目的は、自動車産業における販売金融の機能と役割に関して、それらを会計学の視点から解き明かす事にある。図1が示すように、今日の自動車製造会社においては、金融子会社の存在は極めて大きなものとなっている。それは連結貸借対照表における会計数値から顕著に読み取ることができる。トヨタの金融事業の資産規模は、トヨタ全体の資産総額の約45%、負債に至っては約66%を構成するものとなっている。また収益指標であるROEに影響を与える財務レバレッジに関しても、自動車事業が1.66であるのに対して、金融事業は9.92と高い数値を示しており、その影響の大きさを確認することができる。このように自動車製造会社は、自動車事業と金融事業を両輪として内包しているが、それらは財務的特徴を異にするものであり、会計学の視点から、その実態を解き明かしていきたいと考えている。



アピールポイント

これまでの自動車産業に対する研究は生産管理や管理会計分野が主流であり、販売金融の側面からの研究はあまり行われてこなかった。そのため、裾野が広く、社会全体における経済的な影響力が大きい自動車産業において、そこに内包されている販売金融の機能と役割に関して、会計学の視点から、その実態を解明することは社会的にも大きな意義があると考えられる。さて、金融子会社の機能と役割であるが、経営における含意としては、金融子会社を通じて販売金融を顧客に提供することによって、販売促進機能、継続取引の確保、顧客情報の収集、収益力の拡大、経営活動の安定化などの効果をもたらす。そのため、自動車製造会社において金融子会社は経営上の優位性を与える存在だといえる。例えば、日産自動車における経営危機からの復活には、リストラクチャリング以外の要因として、金融子会社を上手く活用したという背景がある。日産自動車は販売金融を活用することで、短期間のうちにV字回復を成し遂げ、経営危機から脱却することが可能となった。しかしながら、販売金融への依存は、会計上の利益と、実際の現金であるキャッシュフローに乖離をもたらしていた。これらの詳細を本発表では取り上げたいと考えている。