

経営におけるネットワーク資源の効果の比較

金井 雅之
(山形大学)

1. 問題の所在

社会関係資本論の重要な論点の一つに、結束型ネットワークと橋渡し型ネットワークの機能的違いがある。本報告では、「温泉地域の現状と取組みについての学術調査」のデータを用いて、経営におけるネットワーク資源という観点からこの問題を検討する。

2. 調査の概要と使用する変数

上記調査は、長野・山形・群馬・新潟の4県で一定の条件を満たす温泉地の旅館を対象に、2007年1～2月に実施した。郵送による自計式質問紙調査で、計画標本数1,515件に対し回収したのは779件(回収率51.4%)であった(詳細は温泉地域活性化プロジェクト(2008)参照)。

金井(2007, 2008)によれば、旅館の経営状態、すなわち5年前と比べた客数もしくは売上の増減を規定するもっとも重要な変数は、ここ5年間に実施した増客のための試みである。具体的には「施設の改築」、「旅行代理店などとのパック旅行企画」、「旅行雑誌への広告掲載」のうちいくつかをおこなったかの<資本力>と、「ネットによる情報発信」と「接客サービスの向上」を足した<おもてなし>である。

また、重要な統制要因として<価格帯>(標準宿泊料金が1万円未満/1万円以上)がある。分析の結果、<価格帯>の高い旅館と低い旅館では、そもそも経営改善に寄与するメカニズムが異なることが判明している。低価格の旅館の実態はきわめて多様であり、統計的に有意な結果が得られにくいので、本報告では高価格すなわち1万円以上の旅館に絞って分析をおこなう($N=392$)。

そして本報告の主題であるネットワーク資源について。温泉地における旅館の経営に動員できるネットワーク資源という観点から考えたとき、結束型と橋渡し型、すなわち行為者から見たときの内部と外部という概念は、温泉地という地域の内外、および旅館業という特定の産業の内外という二層の組合せとして理解することができる。さらに本調査では旅館という経営体もつネットワークに加えて、経営者もしくはそれを補佐する個人である旦那および女将のネットワークもたずねている。よって、内外の組合せに関して4つ、行為主体に関して3つの分類を掛け合わせた計12個の理論カテゴリーに対して、表1(次ページ)の変数を使用することにする。

3. 分析手続き

<資本力>、<おもてなし>および表1のネットワーク変数の1つを独立変数とし、「5年前と比べた客数の増減」(7段階)と「売上の増減」(7段階)を足した<客数+売上>(α=.919)を従属変数とする回帰分析を、すべてのネットワーク変数に対しておこなった(14通り)。その際、<資本力>と<おもてなし>のいずれかの回帰係数が有意でなくなる場合は、その変数を除いて分析した。

表1 ネットワーク変数の分類と〈客数+売上〉への回帰で有意になったもの

	旅館	旦那	女将
地域内-業界内	(-) 経営相談-地域内旅館	(+) 飲食-地域内旅館	(+) 飲食-地域内旅館
地域内-業界外	(-) 経営相談-地域内他業種	飲食-地域内他業種 飲食-地域内その他	(+) 飲食-地域内他業種 飲食-地域内その他
地域外-業界内	経営相談-地域外旅館 経営相談-コンサルタント		
地域外-業界外	(+) 経営相談-地域外他業種 (+) 外部講師	(+) 飲食-地域外	飲食-地域外

たとえば、ネットワーク変数として〈経営相談-地域内旅館〉を使う場合、ネットワーク変数である〈経営相談-地域内旅館〉は10%有意の負の回帰係数をもつ。つまり、地域内の旅館に経営改善に関する相談をおこなったことがある旅館ほど、〈客数+売上〉が増加しなかったことを意味している。

4. 分析結果と議論

以上のような分析を16個のネットワーク変数に対してそれぞれおこなった結果、10%水準以上で有意となったネットワーク変数について、回帰係数の符号を表1の各変数の左隣に記載した。たとえば、先の分析結果より〈経営相談-地域内旅館〉には(-)の記号を左側に付してある。また、〈経営相談-地域外旅館〉は10%水準でも有意とはならなかったため、何も符号を付していない。

まず旅館レベルのネットワーク変数については、〈経営相談-地域内旅館〉と〈経営相談-地域内他業種〉が経営改善に対して負の有意な効果を与えている。これは、経営に関しては潜在的なライバルといえる温泉地内の同業者はもちろん、他の業種であっても地域内の業者に相談する(せざるをえない)旅館とは、外部に効果的な相談相手をもっていないためであると考えることができる。一方、外部=橋渡し型ネットワークについては、〈外部講師〉が経営改善に正の有意な効果を与えている。ここでいう外部講師は、エージェントや学術関係者などの専門家の可能性もあるが、他の温泉地等で経営改善やまちづくり等に成功した人びとである可能性もある。その意味では〈経営相談-地域外旅館〉〈経営相談-コンサルタント〉〈経営相談-地域外他業種〉なども重複している可能性があり、そうした外部の人脈を有効に活用できることが経営改善という目的に寄与しうることが改めて示されたといえる。

これに対して、旦那や女将といった個人レベルでは、業界内外を問わず地域内の人びととの飲食をとまなうコミュニケーションが、組織としての旅館の経営改善に結びついている。ここでいう「飲食」は、先に検討した旅館レベルのように「経営改善のための相談」といった経営上の具体的な目標と結びついたものではない。こうした一般的なネットワークに関しては、結束型すなわち内部ネットワークとの密な交流は必ずしも経営改善の足かせになるものではない可能性がある。

文献

- 金井雅之. 2007. 「宿泊施設の経営努力が経営状況の改善に与える効果」『温泉地域研究』9: 1-10.
 ————. 2008. 「温泉地の旅館経営における二つの方向性——〈資本金〉と〈おもてなし〉の複合因果に関する計量分析——」『山形大学紀要(社会科学)』38(2): 印刷中.
 温泉地域活性化研究プロジェクト. 2008. 『温泉地域の現状と取組みについての学術調査 基礎集計表・コードブック』.