

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）

第45回数理社会学会大会
2008年3月16日 成蹊大学

社会関係資本と温泉地の旅館経営

- ▶ Burt (2005) における社会関係資本の2類型
 - ▶ 仲介性 (brokerage)
 - ▶ 「隙間を橋渡しするネットワークをもつ人は仲介者」
 - ▶ 「仲介者はうまくやれる」
 - ▶ 閉鎖性 (closure)
 - ▶ 「集団が業績を上げられるかどうかは、人々が互いの異質性を克服して集団として動こうとするかどうか依存している」
- ▶ 温泉地内での旅館同士の関係
 - ▶ ライバルであると同時に同志でもある

理論仮説

1. 仲介性の高い旅館は経営状態がよい
2. 閉鎖性の高い温泉地は平均的な経営状態がよい

温泉地域の現状と取組みについての学術調査

調査対象:長野・山形・群馬・新潟で、
旅館組合の加盟旅館数が10軒以上ある、
すべての温泉地(56か所)の、
旅館組合に加盟するすべての旅館(1,515軒)

方法:送付・回収とも郵送の自計式質問紙調査

期間:2007年1月23日～2月20日

回収:779軒(51.4%)

旅館経営の基礎分析（非ネットワーク要因）

▶ 被説明変数

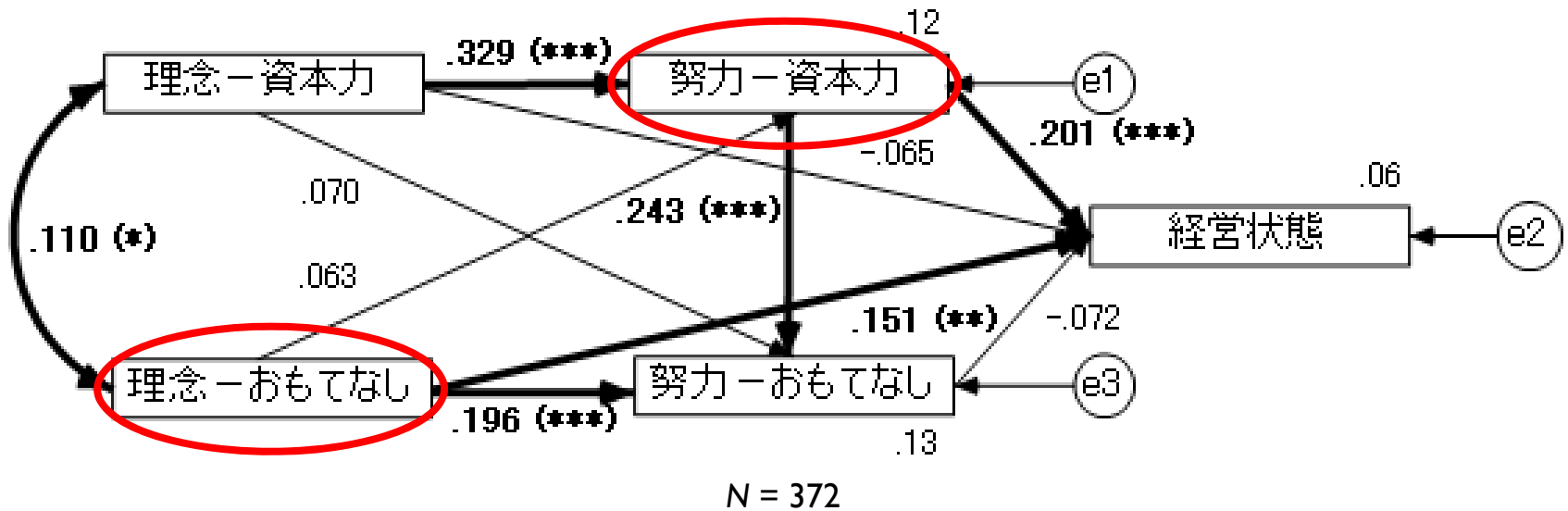
- ▶ 経営状態（最近5年間での客数と売上の変化）

▶ 説明変数

- ▶ 経営理念（旅館のセールスポイント）
- ▶ 経営努力（最近5年間に実施した増客のための試み）

それぞれ＜資本力＞と＜おもてなし＞に下位指標化

パス解析の結果（高価格の旅館）



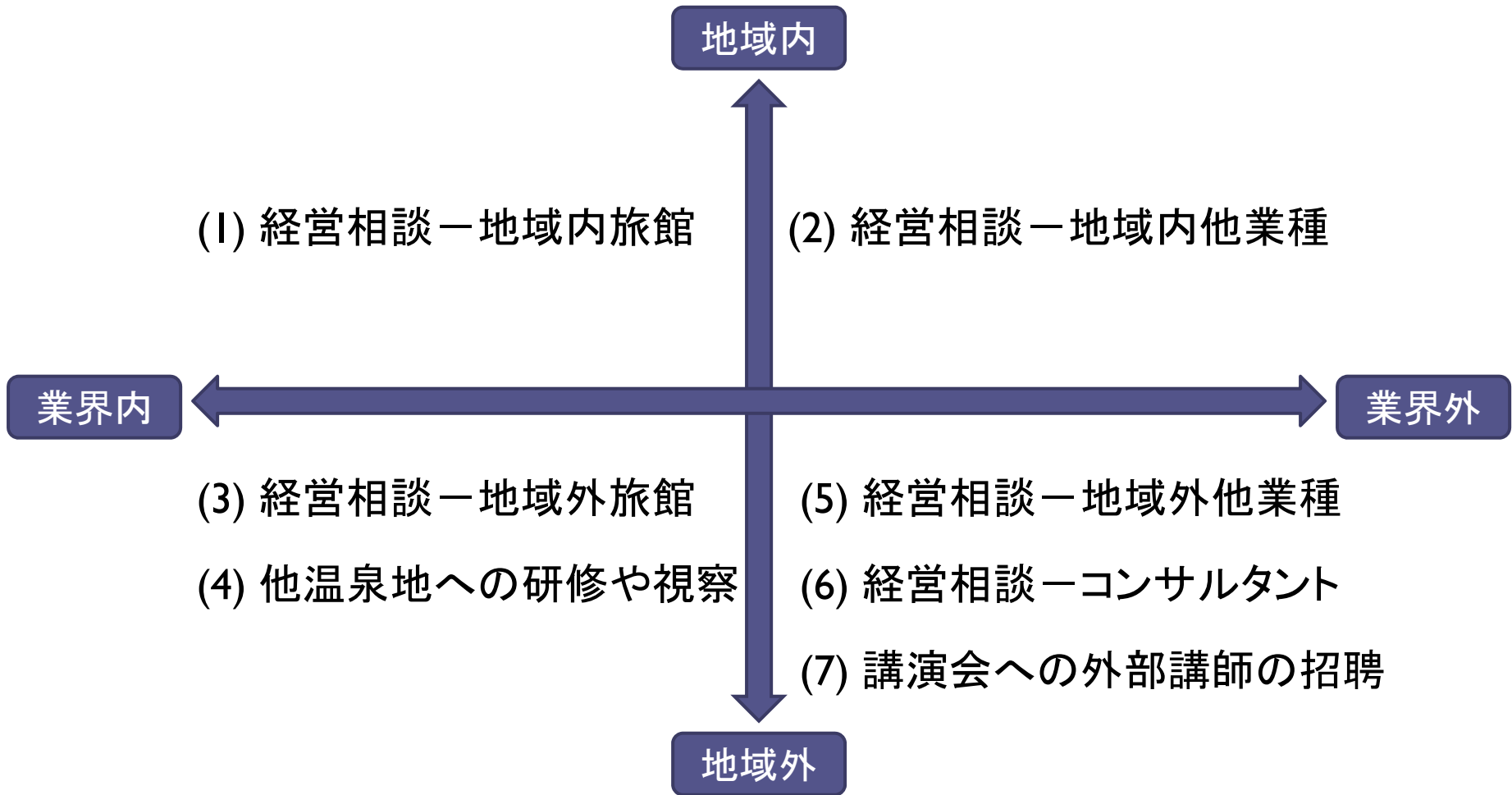
- ▶ 高価格（1万円以上）と低価格では大きく異なる
- ▶ 高価格の方が因果の構造が明確
- ▶ 高価格の〈経営状態〉に有意な影響をもつのは〈努力-資本力〉と〈理念-おもてなし〉

仲介性の効果（理論仮説1）

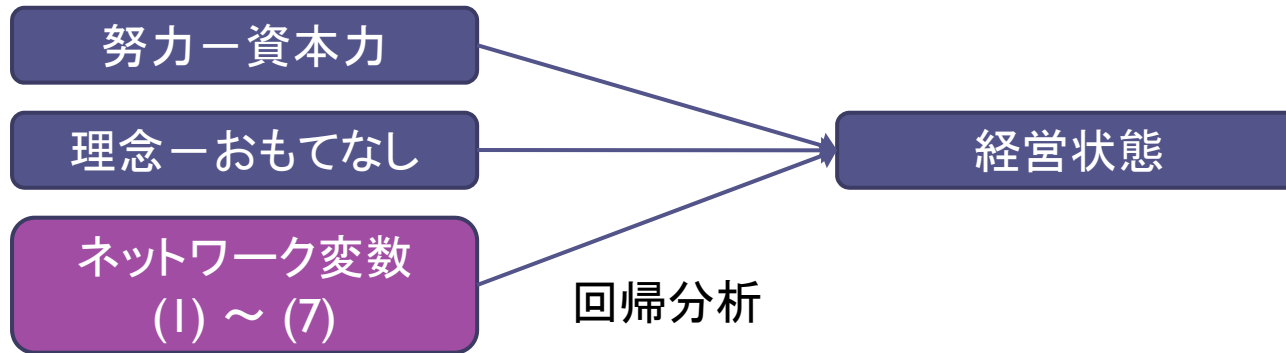
仲介性の高い旅館は経営状態がよい

- ▶ Burt の仲介性：本来はネットワーク制約によって測定
- ▶ 今回の調査では、温泉地外の**特定の**他者との接触はたずねていない
- ▶ 代理指標として、あるカテゴリーに属する他者との接触の有無
 - ▶ 集団**内**の他者 vs. 集団**外**の他者

仲介性に関するネットワーク変数の分類



分析方法と操作仮説



理論仮説: 仲介性の高い旅館は経営状態がよい



仮説Ia 集団外の相手との付き合いがあるほど経営状態がよい

仮説Ib 集団内の相手との付き合いがあるほど経営状態が悪い

分析結果（ネットワーク変数が有意なモデル）

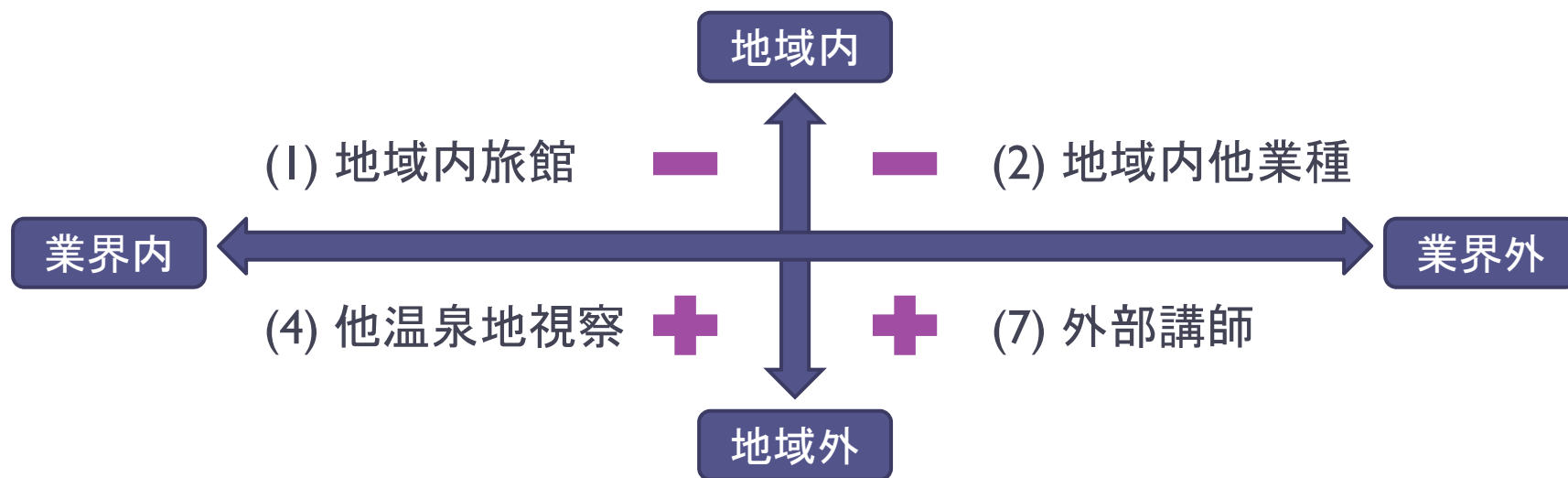
独立変数	(基準)	(1)	(2)	(4)	(7)
努力－資本力	.160 **	.158 **	.155 **	.132 *	.125 *
理念－おもてなし	.150 **	.156 **	.152 **	.148 **	.148 **
(1) 地域内旅館		-.092 †			
(2) 地域内他業種			-.130 **		
(4) 他温泉地への視察				.133 **	
(7) 外部講師の招聘					.126 *
調整済決定係数	.047	.053	.062	.062	.059
N	375	375	375	375	372

ネットワーク変数が10%以下で有意になったモデルのみ

標準化偏回帰係数。従属変数は〈経営状態〉

† < .10, * < .05, ** < .01, *** < .001

分析結果（整理）



仮説Ia 集団外の相手との付き合いがあるほど経営状態がよい

⇒ ○（集団＝地域）

仮説Ib 集団内の相手との付き合いがあるほど経営状態が悪い

⇒ ○（集団＝地域）

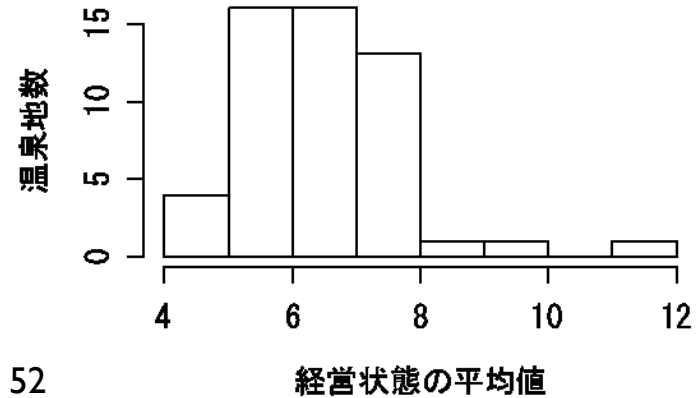
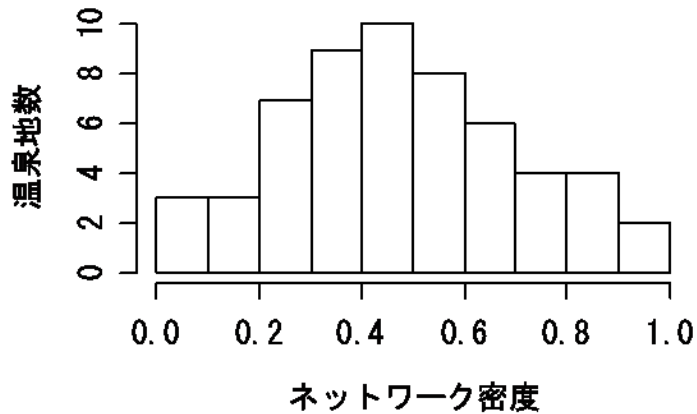
⇒ 以上より理論仮説Iは妥当

閉鎖性の効果（理論仮説2）

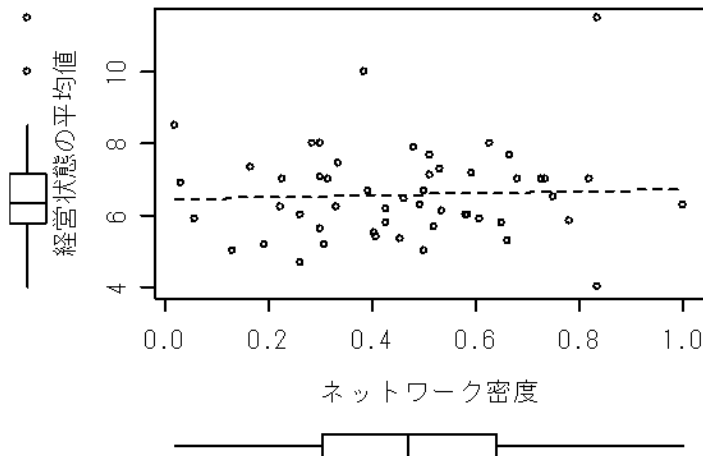
閉鎖性の高い温泉地は平均的な経営状態がよい

- ▶ 閉鎖性 ⇒ 凝集性 (cohesiveness) ⇒ ネットワーク密度
- ▶ 今回の調査では、温泉地ごとに前年実際に開催されたイベントリストを示し、参加の有無を質問
- ▶ イベントへの参加状況から温泉地全体のネットワーク密度を算出
 - ▶ 温泉地ごとのイベント数の違いを調整して0～1に標準化

ネットワーク密度と経営状態との関係



N = 52



相関係数 .057 (n.s.)

⇒ 理論仮説2は検証できず

まとめと考察（仲介性）

仲介性の高い旅館は経営状態がよい



- ▶ 仲介性（外部とのつながり）は、個々の旅館の目標達成に有益
 - ▶ 資源動員的社會關係資本論の一般的知見と整合的

まとめと考察（閉鎖性）

閉鎖性の高い温泉地は平均的な経営状態がよい → ?

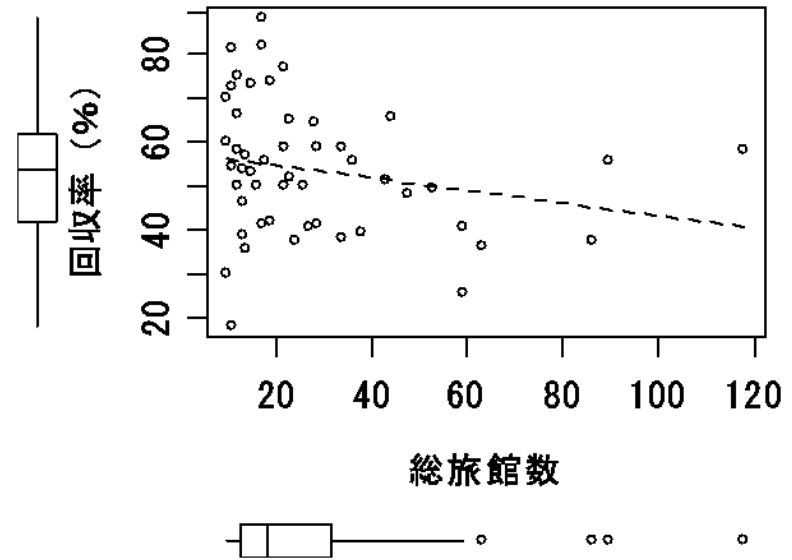
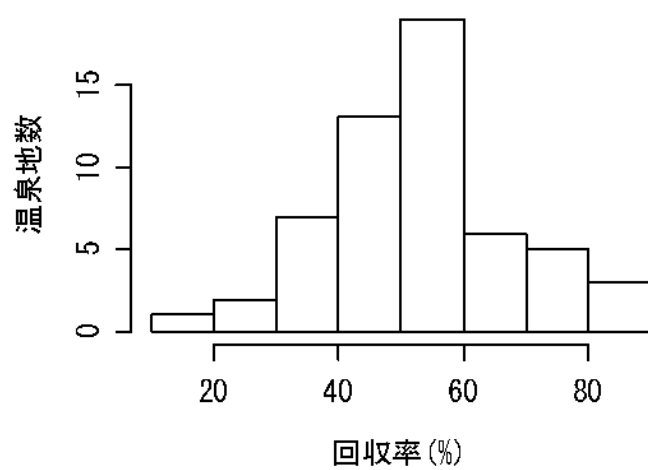
- ▶ 温泉地における旅館集団は Burt のいう「チーム」とは異なる可能性
 - ▶ 「温泉地全体での平均的な経営改善」を直接の目標としていないわけではない
- ▶ では温泉地の旅館同士はライバルであるのみで同志ではないのか？
 - ▶ 「まちづくり計画の策定」のような集合財的価値の実現に関しては、閉鎖性（凝集性）はむしろ有効



これ以降は参考資料です

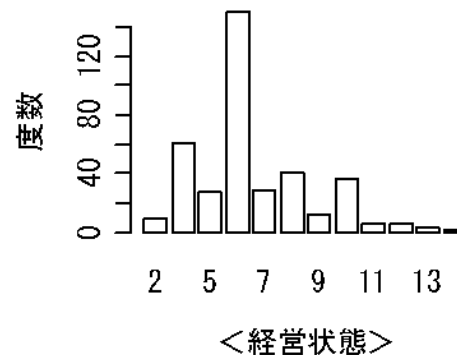


温泉地ごとの回収率の分布



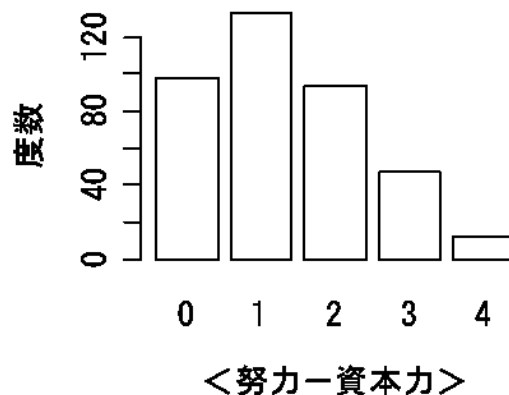
変数の定義：〈経営状態〉

- ▶ 「貴館のお客数(日帰りの方も含む)は、5年前と比べてどう変わりましたか」
- ▶ 「貴館の年間の売り上げは、5年前と比べてどう変わりましたか」
 1. 5割以上減った
 2. 3～4割位減った
 3. 1～2割位減った
 4. 変わらない
 5. 1～2割位増えた
 6. 3～4割位増えた
 7. 5割以上増えた
- ▶ 上の2つの設問の回答値を合計(2～14の整数)



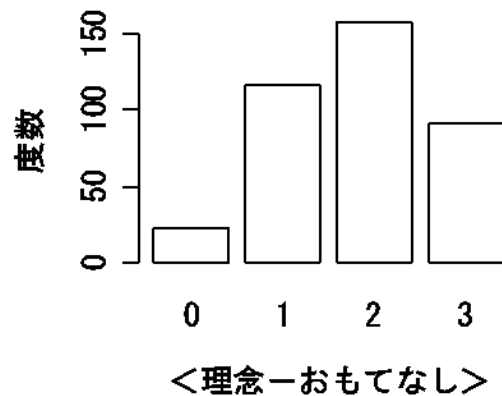
変数の定義：＜努力－資本金＞

- ▶ 「貴館ではここ5年間で、増客のためにどのような試みをしていますか」(複数回答)
 1. 施設の改築・改装(選択率49.2%)
 2. 旅行雑誌への広告掲載(43.0%)
 3. 旅行代理店やJRなどとのパック旅行企画(26.9%)
 4. 営業マンを雇っての営業活動(14.1%)
- ▶ 上記4つのうちいくつを選択したか(0～4の整数)



変数の定義：＜理念－おもてなし＞

- ▶ 「貴館のセールスポイントはどこにありますか」(複数回答)
 1. 地元素材にこだわった食事(選択率61.3%)
 2. 源泉かけ流し(60.8%)
 3. お客様へのきめ細かい対応(59.6%)
- ▶ 上記3つのうちいくつを選択したか(0～3の整数)

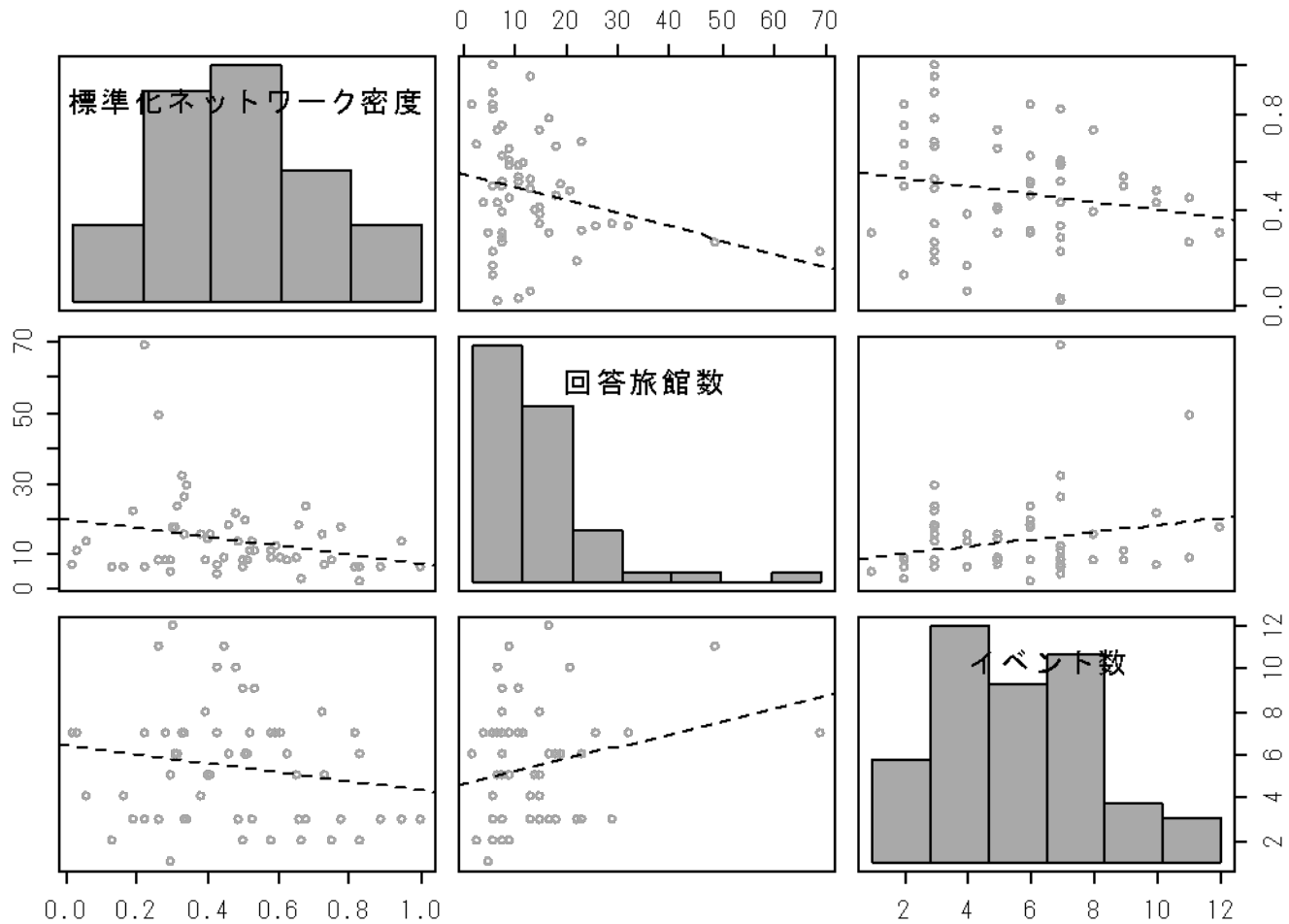


ネットワーク変数相互の相関

	(1) 地域内旅館	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
(2) 地域内他業種	.179 *					
(3) 地域外旅館	.214 **	.089				
(4) 他温泉地への視察	-.078	.023	.126 *			
(5) 地域外他業種	-.107 *	.154 **	.141 **	.144 **		
(6) コンサルタント	-.050	-.110 *	-.002	.056	-.096	
(7) 外部講師の招聘	-.102 *	-.052	.081	.230 **	-.006	.469 **

* < .05, ** < .01

ネットワーク密度・旅館数・イベント数(1)



ネットワーク密度・旅館数・イベント数(2)

相関係数

	標準化ネットワーク密度	回答旅館数
回答旅館数	-.266 *	
イベント数	-.185	.244

$N=56$, * $< .05$

- ▶ ネットワーク密度と旅館数のみ有意な負の相関

文献

- ▶ Burt, Ronald S. 2005. *Brokerage and Closure: An Introduction to Social Capital*. Oxford: Oxford University Press.
- ▶ 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.
- ▶ ————. 2008a. 「温泉地の旅館経営における二つの方向性—〈資本力〉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): 107-28.
- ▶ ————. 2008b. 「旅館経営における社会関係資本の効果—仲介性と閉鎖性の比較—」籠谷和弘(編)『市民活動の活性化支援の調査研究—秩序問題的アプローチ—』平成17~19年度科学研究費補助金基盤研究(B)(1) 研究成果報告書: 印刷中.