

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 8 月 2 日現在

機関番号：35502
研究種目：挑戦的萌芽研究
研究期間：2014～2016
課題番号：26590070
研究課題名(和文) 地方成熟産業における「外部者」に関する調査研究

研究課題名(英文) Strangers in local maturing industries

研究代表者

大田 康博 (Yasuhiro, Ota)

徳山大学・経済学部・教授

研究者番号：90299321

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,400,000円

研究成果の概要(和文)：成熟化してゆく地方産業、特に繊維産業を事例に、その業界や地域の中心的な慣習などに支配されていない「外部者」が、新たな取り組みを、なぜ、どのようにして行っているのかを、個々の個人の活動に注目して検討した。

本研究で取り上げた外部者には、特定の地域との関わりに関して言えば、「滞在型」と「巡回型」が存在し、活動内容に関しては、製品企画・開発、生産、販売促進、販売、教育といった様々な領域で、地域内・地域間のネットワーキングを行いながら、従来と異なる活動を展開していることが明らかになった。ただし、全てが成功事例ではない。その成否を分ける要因をさらに探求することは、今後の課題である。

研究成果の概要(英文)：The study investigates the roles of “strangers” in local maturing industries. Stranger is individual that is not firmly embedded in given prevailing institutional environments such as local firm’s behavioral routines in R&D and sales, and their business networks.

Through case studies on Japanese textile industry, I showed that some strangers are engaged in local industrial communities in specific regions, and others travel some regions. I also revealed that “strangers” are attempting to reorganize industrial communities by building new business partnership within and between region(s) to innovate their products and so on. Future research should examine what affects the outcomes of their activities and how the findings above could be theoretically integrated into other related fields such as sociology.

研究分野：経営学

キーワード：制度 ネットワーク よそ者 繊維産業 産地

1. 研究開始当初の背景

地方成熟産業への若年「外部者」の回帰が始まっている。地元若年者でさえ敬遠していた産業に、他地域の若年者が就職したり、起業するようになっていたりしている。このような動きの数値データを入手するのは困難だが、約20年間、成熟産業を研究してきた申請者は、特に関わりが深い繊維産業と農林水産業の調査の際、国内外でこうした現象を目の当たりにしてきた。

「外部者」に注目するのは、彼らの中には、「内部者」とは異なる発想で当該産業に関わり、産業・地域の制度的条件やネットワークを変える原動力の一つとなりうる者がいるからである。また、そうした動きは、日本における労働市場やキャリア形成の新たな動きとしても注目に値する。

しかし、研究史は、彼らを研究の中心には据えてこなかった。例えば、制度論では、特定のフィールドの「中心」と「周辺」に関する議論が行われてきたが、「外部者」は、あるフィールドの外からやってくる主体であり、従来の分析枠組みではとらえきれなかった。また、日本の地域産業の調査の中には、「外部者」を視野に入れたものも存在するが、彼らは例外的な存在として位置づけられてきた。

申請者は、地方成熟産業の制度的条件とネットワークを研究し、その成果を国内外で発表してきた。その成果を踏まえ、本研究では、彼らを特定の行動をとる一つのグループとして認識し、「内部者」・「外部者」双方の立場から、その意識と行動、そして産業・地域への経済的・社会的インパクトを分析する必要性を痛感した。

2. 研究の目的

本研究の目的は、それまで縁のなかった成熟産業での若年者の就業・起業目的、「内部者」の反応、「外部者」が直面する問題、そして問題解決を明らかにすることにあつた。こうした若年者の行動はしばしば国境を超えるため、彼らのグローバルな移動やネットワークにも関心を払った。

3. 研究の方法

「外部者」の活動は斬新かつ多様であり、それを分析する枠組みが未だ整備されていない。また、「外部者」の範囲を特定し、大量のサンプル・データによる分析を行うことは難しい。したがって、本研究では、個々の若年者の意識や行動および彼らの行動結果を左右する制度的条件やネットワークの事例研究を行った。

調査にあたっては、半構造化インタビューを採用し、テキスト資料(会社・組織のホームページ、インタビュー記事)や観察を補完的に用いることとした。インタビューした「外部者」は、その繊維産地の既存の制度・ネットワークとの関わりが全く、またはほと

んどなかった個人(15人)である。また、他産業(他の製造業や農業)でも7人に対してインタビューを実施し、特定業種の事例であることから生じるバイアスを回避しようとした。なお、既存の制度のもとで「内部者」が直面する問題を理解するためのインタビューは主に過去の調査で行い、その成果の一部を既に発表している。

4. 研究成果

産地(特に生産者)の産業コミュニティの「外部者」の多くは、ファッションなどの創造や、産地の技術・文化資源を活かした事業の持続性確保に強い関心をいだき、産地を訪れている。そこで「内部者」と接触し、彼らの技術・文化資源を再評価し、自らの資源を提供しつつ、市場創造、またはその支援に取り組んでいる。こうした産業コミュニティの変革過程で作用していた要素として重要なのは、「内部者」と「外部者」の動機、資源、ネットワーク(ネットワーキング)であった。

「外部者」は、程度の違いはあるものの、自分が身をおいてきた制度的な環境や社会の趨勢に必ずしも満足しておらず、テキスタイルやファッションを自ら創造することと、テキスタイル、ファッション、地域文化などを魅力的で持続性のあるビジネスにすることを主な動機として、産地に関わり始めていた。産地を訪れた彼らは、産地の眠れる技術的・文化資源、「内部者」の厳しい現況、苦境を打開しようとする先輩「外部者」の姿などに刺激され、協働を具体化していった。地域との関わりでいえば、「外部者」には、特定の産地に定住する「定住型」と多くの産地を渡り歩く「巡回型」とがあり、特定地域の「内部者」が多くの「外部者」と繋がる上では「定住型」が、産地間や大都市と産地とを繋ぐ上では「巡回型」が、大きな役割を果たしていた。また、「外部者」の中には、企画・開発や生産に直接関わる者と生産者らを支援する者とがある。

一方、「内部者」は、産地外部の顧客らに企画・開発、情報発信、販売を依存し、自らは特定の機能に特化し、薄利多売を追求してきた。しかし、後発工業国製品との競合や衣服消費の変化などにより従来の市場機会が大きく縮小し、市場創造のための機会を求めようとしたとき、従来の産地関係者(顧客など)との協働では成功を期待できない状況にあり、「外部者」に対してより開放的になっていた。

市場創造に向け活用すべき資源とその活用方法は、「内部者」のみならず「外部者」にとっても、必ずしも自明ではない。それは、「外部者」と「内部者」との具体的な協働の形について、最初から明確な形が構想されていないことがあるからである。彼らは、対話を通じて互いの動機、資源などを理解してゆくなかで、具体的な活動の着想に至っている。事例研究では、デザイン、衣服パターン作成、

キュレーション、商品・ブランド企画・開発、交流イベントの構想・実行、外国語コミュニケーションなどの能力を「外部者」はもっていた。これらの資源が、「内部者」の既存資源を再評価し、それを効果的に活用する上で、貴重なものとなっていた。そして、製品・ブランドの自主・共同企画、市場創造に必要な知識（ブランディングなど）の学習、既存の技術・文化資源の新たな結合、付加価値の高い事業の創造、「内部者」・「外部者」の交流機会の形成、といった領域に関わる協働が行われていた。

「外部者」との協働を通じ、「内部者」は、デザイナー、生産技能者、同業者・関連業者、消費者などと対等な関係を築き、新たに得られた外部資源と既存の内部資源とを活かした独創的な製品の企画・開発・販売に取り組み、収益性の向上を実現しようとしている。この市場創造への挑戦は多くの困難を伴うものの、その過程と結果から得られる刺激が「内部者」と「外部者」にとって重要な誘因の一つとなっている。

「外部者」は、産地関係者と相互作用ができる空間に身を置きつつも、繊維産地でこれまで支配的だった産地内外のネットワークや企業の行動パターンにとらわれず行動できる存在である。しかし、「内部者」と「外部者」が適切な相手を発見できるとは限らず、「外部者」が産地で孤立する可能性もある。活動場所は空間的に近接していても、深い対話をする機会が彼らに与えられているわけではない。また、「内部者」、「外部者」のいずれも、多様なニーズをもっている一方で、各人が単独で提供できる資源は限られている。

彼らは、個別的に、様々な媒体で情報を集めたり、知人らの紹介を受けたりして協働する相手を探しており、産地外の「外部者」ネットワークを介して『外部者』が『外部者』を呼ぶこともある。また、工場、各種サービス業（ショップ、カフェ、ギャラリー、コミュニティ・スペースなど）、産業支援組織などで開催される産地ツアー、展示会、トークイベント、ワークショップなどのイベントは、望ましい相手を広く探索する機会を提供する一つの場となりうる。そこでは、開放的な状況で、産地に関心をもつ「外部者」（消費者や近隣住民を含む）と「内部者」とが実際に出会い、「外部者」には製品の技術的・文化的背景を理解した上で「内部者」の資源を再評価する機会が、「内部者」には既存資源への新たな視点やアクセス可能な外部資源の存在を知る機会が与えられる。こうしたイベントは、「内部者」同士の関係を深める機会でもある。

市場創造志向の産業コミュニティの形成・拡大が進む上で重要な前提条件としては、まず、「内部者」と「外部者」が他者への一定の開放性を保ち、各人の価値や資源の多様性を認めつつ、相互尊重による協働を行うこ

とがあげられよう。また、「外部者」間および「内部者」間のネットワークを豊かにすることも求められよう。

産地企業は、従来のネットワークを前提とした行動パターンにとらわれていたが、「外部者」と効果的に協力できる場合には、そのフィールド（共通の価値観と行動パターンに基づく個人・組織のネットワーク）の境界や構成メンバーの行動パターンを変革できるという事実が、本研究によって見出された。この発見は、フィールドの境界を移動する個人を組み込んだ分析を行ったという意味で、制度論におけるフィールド研究の拡張を可能にするものである。また、コミュニティ研究との関連でいえば、本研究は、特定地域の産業コミュニティの「外部者」が「内部者」と空間を共有し、その産業コミュニティと「外部者」の非地域的なコミュニティ（産地を超えて広がるデザイナーらのコミュニティ）との接触・融合を促進することで、「内部者」が従来と異なる行動パターンの選択肢を新たに獲得しうることを示した。そのような複数の異次元のコミュニティの相互作用を視野に入れたことも、本研究の貢献と考えている。

事業期間中には、新たな外部資源を活かした既存資源の再評価・活用プロセスの解明、停滞・失敗事例と成功事例との関連付け、「外部者」をとりまく制度的環境までは十分な検討ができなかった。また、データ面では、より広範なインタビュー調査や、他産業および複数業種の事例の検討を行うべきであろう。これらは今後の課題としたい。

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔雑誌論文〕(計 3 件)

大田康博、「繊維産業における市場創造志向の水平的協働：フランス・イタリア・日本の展示会と中小企業」、『徳山大学論叢』第 81 号、2015 年、43-70 ページ

<http://ypir.lib.yamaguchi-u.ac.jp/tu/file/974/20160121150457/TU10081000002.pdf>

大田康博、「地域産業の存続・発展メカニズムの転換：グローバル競争下で活発化する中小繊維企業の市場創造」、日本中小企業学会編『日本中小企業学会論集 35 地域社会に果たす中小企業の役割：課題と展望』同友館、2016 年 29-41 ページ、

大田康博、「地方繊維産地のコミュニティを変革する制度的『外部者』：『よそ者』の動機、資源、ネットワーク」、『中小企業季報』2016 No.3、2016 年、1-14 ページ
<http://www.osaka-ue.ac.jp/file/general/16500>

〔学会発表〕(計 8 件)

大田康博、「国・地域・業種を越えるテキスタイル企業：クリエイション志向の素材供給者の選択」、日本流通学会関西・中四国部会共催公開シンポジウム「日本アパレル産業の現状と課題 グローバル時代の産地・ローカル企業の可能性」、2014年7月5日、名城大学

大田康博、「ファッション産業における資源選択・活用の類型論：中小繊維企業の事例」、日本中小企業学会九州部会、2014年7月19日、福岡大学

大田康博、「地域産業の存続・発展メカニズムの転換：グローバル競争下で活発化する中小繊維企業の市場創造」、日本中小企業学会九州部会、2015年7月25日、福岡大学

大田康博、「地域産業の存続・発展メカニズムの転換：グローバル競争下で活発化する中小繊維企業の市場創造」、第35回日本中小企業学会全国大会、2015年10月4日、福岡大学

大田康博、「中小繊維企業の市場創造における展示会の役割」、第12回日本感性工学会春季大会、2016年3月27日、神戸国際会議場

大田康博、Mesoscopic institutions within business networks and product innovation in a maturing industry: A case study of Japanese small and medium-sized textile enterprises、International Council for Small Business、2016年6月17日、Stevens Institute of Technology(New Jersey、USA)

大田康博、Status Dynamics in the Fashion Textile Market: _Border Crossing of Institutional Fields by Anonymous Firms、The World Interdisciplinary Network for Institutional Research、2016年9月3日、Seaport Boston Hotel (Boston、USA)

大田康博、日本繊維企業による国際マーケティング、日本感性工学会、2017年3月29日、上田安子服飾専門学校(大阪府大阪市)

〔図書〕(計 件)

〔産業財産権〕

出願状況(計 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：

出願年月日：
国内外の別：

取得状況(計 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕
ホームページ等

6. 研究組織

(1) 研究代表者

大田康博 (OTA YASUHIRO)
徳山大学・経済学部・教授
研究者番号：90299321

(2) 研究分担者

()

研究者番号：

(3) 連携研究者

()

研究者番号：

(4) 研究協力者

()