

○柴田友厚, 板倉宏昭, 関 義雄 (香川大), 真鍋美保子 (兵庫県立大)

1. はじめに¹

地域の優良企業は、地域との関係を大切にし、地域との共存を重視する。実際、地域への愛着や地域への使命感を口にする経営リーダーは多い。このような地域との一体感や地域への愛着と、企業経営とはどのような関係にあるのだろうか。本稿はそのような問題意識のもとで、現在すすめている研究の中間報告である。本稿では、個人と地域との関係性を表す概念として、情緒的コミットメント、理性的コミットメント、道義的コミットメントの3次元から構成される地域コミットメントという概念を提示する。情緒的コミットメントとは、地域との一体感など感情的愛着、理性的コミットメントとは、地域を去ると損をする、地域にすることが必要だという理性的判断、道義的コミットメントとは地域に対する義務感、使命感である。2004年11月から2005年1月にかけて、四国の製造業80社の従業員1620人に対して、従業員の地域に対する関係性と従業員の職務業績や職務満足の関係について、アンケート調査を実施した。その結果、地域コミットメントは3次元に集約でき、企業満足、職務満足の間には、一定の相関があることが明らかになった。

2. 先行研究

我々が知る限り、個人と地域との関係性を対象とした先行研究は存在しない。しかし、これと類似した概念として、個人と組織との関係性を示す組織コミットメントという概念があり、米国を中心として既に多くの研究が行なわれてきた。それらの研究によれば、組織コミットメントとパフォーマンスとの間に正の関係があることが報告されているし、また、離職率、欠勤率、職務

¹ 本研究は、経済産業省「平成16年度技術経営人材育成プログラム導入促進事業」の支援を受けた。

満足度の他、職務上の技術水準や精神的疲労といった変数をよく説明できるということが報告されている。

これまで、最もよく使われてきた組織コミットメントの定義は、「特定の組織に対する従業員の一体感や関与の強さ」(Porter, Steers, Mowday, & Boulian, 1974, p. 604)という定義である。即ち組織コミットメントは、従業員が組織の目標や価値を主体的かつ自発的に受け入れ、組織のために進んで貢献し、そのために組織の一員であることを望む強さを表している。

この定義に基づく組織コミットメントの尺度であるOCQ (Organizational Commitment Questionnaire; Mowday, Steers, & Porter, 1979, p228)は、高い信頼性と妥当性を持つ尺度として、最近まで広く使用されてきた。しかし近年は、組織コミットメントを複数の次元から捉える多次元のアプローチが増加しているが、特にマイヤーやアレン(Allen & Meyer, 1990)による3次元組織コミットメントモデルが主流である。第1の次元を情動的コミットメント(Affective Commitment)、第2の次元を滞留的コミットメント(Continuance Commitment)、第3の次元を、規範的コミットメント(Normative Commitment)と称する。つまりマウディらが、組織コミットメントの高低を1次元で捉えたのに対して、マイヤーらは、組織コミットメントを複数の次元から「組織と個人の関係」と広く捉えている。

3. 地域コミットメント概念の構築と分析

我々は、個人と地域との関係を3次元によって捉えることが有効だろうと考えている。そこで、Meyer & All (1997, pp. 118-119)の組織コミットメント測定用の3次元尺度(それぞれ6項目)を参考に質問項目を作成し、「当てはまる」(5点)から「当てはまらない」(1点)までの5点リッカート尺度の得点を使用した。日本語訳にあたっては、板倉(2002, p. 40)を参考にした。地域コミットメントの因子構造を確認するため、これら18項目の質問項目を用いて因子分析を行なった。因子数は、固有値1以上の基準を設け、3因子とした。バリマックス回転を行なった結果の因子パターンは次表のとおりである。この結果から、従業員の地域に対する関係性は、3つの次元に集約

できることが明らかになり、それぞれ、地域への情緒的関与、地域への理性的関与、地域への道徳的関与と解釈できる。

従業員と地域の関係についての因子分析

地域コミットメントに関する質問項目(15項目)	第1因子	第2因子	第3因子	共通性
私は、地域の一員であると感じる。	0.85	0.14	0.25	0.80
この地域に愛着を感じる。	0.70	0.30	0.19	0.62
地域の問題を自分の問題のように感じる。	0.63	0.18	0.23	0.48
この地域は、個人的にも大きな意義がある。	0.58	0.30	0.25	0.62
私はこの地域に所属していることを意識している。	0.57	0.30	0.33	0.53
この地域を離れるということは、ほとんど考えられない。	0.21	0.77	0.20	0.67
この地域を離れることを決心したら、私の人生で多くのものが失われるだろう。	0.14	0.88	0.29	0.57
この地域を離れることは、たとえ離れたくても困難である。	0.14	0.83	0.38	0.57
現在この地域にいるのは、そうしたいからであると同時に必要だからである。	0.36	0.56	0.27	0.51
私の仕事生活(キャリア)の残りを今の地域で過ごせればとても幸せだ。	0.34	0.55	-0.04	0.42
この地域で仕事を続ける理由の1つには、少なからぬ損失を伴い、悪意を得られなくなるからである。	0.26	0.43	0.32	0.36
私はこの地域に大変恩義がある。	0.32	0.09	0.72	0.53
地域の人々に恩義を感じているので、今すぐはこの地域を去らない。	0.28	0.22	0.67	0.57
今この地域を去るとしたら、罪悪感を感じるだろう。	0.12	0.22	0.58	0.40
現在の地域で仕事を続ける義務がある。	0.23	0.28	0.57	0.45
固有値	6.63	1.41	1.34	

第1因子
「地域への情緒的関与」

第2因子
「地域への理性的関与」

第3因子
「地域への道徳的関与」

6

このような地域コミットメントは何をもたらすのだろうか。それを調べために、例えば地域コミットメントと企業満足との関係を調査した結果を以下の表に示す。特徴的なことは、地域への情緒的関与と企業満足度の間には高い相関がみられるということであろう。つまり地域への愛着や一体感が強い従業員ほど、企業満足度が高い。

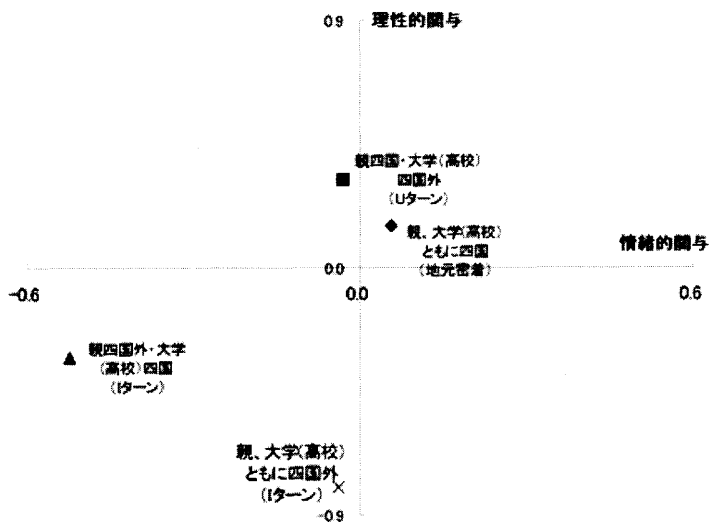
質問	回答	人数	地域への情緒的関与	地域への理性的関与	地域への道徳的関与
Q.会社に満足していますか。	当てはまる	92	0.16	0.10	0.08
	どちらともいえない	68	0.10	0.02	0.31
	当てはまらない	54	-0.39	-0.20	-0.29

(*) 一元配置の分散分析
 (* *) ** p<0.01 * p<0.05 (p=有意水準)

更に、地域コミットメントは何によって規定されるのだろうか。規定要因の1つには、従業員の出身地をあげることができるであろう。実際本調査によれば、従業員の出身地の違いによって、明らかな有意差が示された。従業員の出身地と出身大学(高校)ごとに4種類に分け、それを地域への情緒的関与と理性的関与の2次元グラフ上で、マッピングしたものが次図である。そ

の結果は、四国出身者の方が、地域への理性的関与が高いということを示している。また、出身地、大学(高校)の所在地とも四国ではないグループでは、明らかに地域への理性的関与が低くなっている。

「地域への情緒的関与」×「地域への理性的関与」



4. まとめ—地域活性化のための間接戦略

現在まで、地域振興のための様々な政策が実現されてきたが、結局、地域は自前で自分たちの産業を育成するしかない。どれほど地域のインフラを整備したとしても、地域に人が集まるどころか、むしろストロー現象として、地域から大都市に人が吸い上げられていってしまうからである。そのような現象は、地域の持つ結束力、凝縮力、地域との一体感のようなものと密接な関係がある。本稿で提示した地域コミットメントはその力と密接な関係があり、それらを高めることをとおして、地域を活性化するという間接戦略がありうることを示唆している。一見遠回りのように見えるかもしれないが、しかし実はこれが最も着実な方法なのかもしれない。