

場の創設における連結の強さと 組織参加者の活性化

上 原 衛

1. はじめに

近年、様々な人々や組織の間をつなぐネットワークや場の創設を活用し、組織や地域の活性化の推進を図る研究がなされている。

著者は、2013年9月以降、継続的に愛知高速交通株式会社、愛知県、長久手市と産学官共同で、学生がコミュニケーション・ネットワークの場と活動を創出し、リニモと地域の活性化に資する活動（「My リニモ&My タウン」プロジェクト）を行ってきた。今後もこの活動を継続することにより、リニモという地域鉄道路線やリニモの沿線施設のネットワークと、学生が創出するコミュニケーション・ネットワークにおける新たな場と活動を利用し、大学と学生が主体となって地域活性化を支援し、後押しを行うことを目指している。

著者のこれまでの産学官連携による組織や地域における場の創成という活動をとおして、場の連結の強さが組織や地域活性化の参加へ一体化度や能動的姿勢・積極性（無関心圏：zone of indifference）が関係するのではないかという視点が明らかとなってきた。そこで、本研究では、場の創設にかかわる、連結の強さと組織参加者の活性化との関係性を明らかにしたい。具体的には、先行研究[1]で提示した「地方鉄道路線における活性化されたサポーターと組織活性のフレームワークと場の概念の統合」に関して、場の連結の強さの違いが、有効なコラボレーションの場と活動の創出から形成されるサポーター意識に影響を及ぼすことを想定する。そのうえで、先行研究[2]で提示した定量モデルを拡張し、場の連結性の強さと、場の違いによる組織参加者の活性化を考慮に入れた定量分析モデルを新たに構築し、適用例による実証分析により提案モデルの妥当性を確認する。

2. My リニモ & My タウンの活動経緯と活動内容

2.1 My リニモ & My タウンの活動経緯

2013年8月に長久手市の市長秘書のインターンシップに参加したゼミ学生に対して、市長からビジネス学部での学びを活かしてリニモ活性化のアイディを出して欲しいという呼びかけがあった。そこで、指導教官の著者を通じてビジネス学部内の有志8人を集め、リニモに関する実地調査や、長久手市、愛知県、愛知高速交通株式会社の職員の方々とのミーティングを重

ね、プランをまとめ上げた。そして約半年後の2014年2月に長久手市役所で開催された事業提案報告会で(1)駅周辺施設の活用施策としての愛・地球博記念公園での企業との交流会開催、(2)車内の活用施策としてのリニモおもちゃ箱計画、(3)駅構内の活用施策としての駅ナカショップ計画の3つのプランを提案し、市長をはじめ職員の方々から賛同を得た。産学官連携のプロジェクトに対して大学で得た知識を活かし地域に貢献することを目指し、日本初の磁気浮上式リニアモーターカー、リニモの活性化と地域の活性化をミッションに掲げて3つのプランに取り組んでいくこととなった。この3つのプランは2015年8月までにすべて実施することができた。

その後も、年に2回を目途として、活動を継続している。

2.2 My リニモ & My タウンの活動内容

2013年9月以降実施してきた、産学官連携によるMy リニモ&My タウン活動内容を表1に示す。

表1 My リニモ & My タウン活動内容

日 程	活動内容
2013年8月	長久手市役所の市長秘書としてゼミ生がインターンシップに参加。市長から、リニモの活性化のアイデア作成依頼を受ける。
2014年9月～ 2015年2月	リニモに関する実地調査や、長久手市、愛知県、愛知高速交通株式会社の職員の方々とのミーティングを重ね、プランを作成。
2014年2月	長久手市役所で開催された事業提案報告会で3つのプランを提案。提案プラン全てを実施することとなった。
2014年5月	愛・地球博記念公園 地球市民交流センターで「学生主催の企業との交流会」を開催。
2014年7月	愛知県の「リニモ沿線地域ものづくり活動支援事業」に応募し、採択された。
2015年3月	「リニモ開業10周年感謝祭」において、「リニモおもちゃ箱計画」「リニモ『駅ナカ』わくわく weekly 計画」を実施。
2015年6月	平成27年度「長久手市協働まちづくり事業活動助成金」に応募し、採択された。
2015年8月	愛・地球博記念公園内の地球市民交流センターで「企業・学生・地域住民の交流会」を開催。
2015年12月	愛・地球博記念公園駅構内で「駅ナカショップ」を開催。
2016年7・8・9月	愛・地球博記念公園駅構内で「駅ナカショップ」を開催。
2017年2月	愛・地球博記念公園内の地球市民交流センターで「企業・学生・地域住民の交流会」を開催。
2017年9月	長久手イオンにて「学生と地域のショップによるスイーツフェスティバル」を開催。

3. 先行研究

3.1 鉄道サポーターにおけるメンバーの活性化とサポーター意識の関係性

著者ら[2] は、高橋[3] の I-I chart の概念を利用し、組織における活性化したタイプ 3 のメンバーを積極的なサポーターとして位置づけた。すなわち、組織における活性化されたメンバーは、組織と目的・価値を共有した度合い（一体化度指数）が高く、かつ能動的に問題を見つけ解決しようとする度合いが高い（無関心度指数が低い）メンバーであり、積極的サポーターとなることを指摘した。そのうえで、この活性化されたメンバーであるサポーターが多くなることで、組織全体の一体化度指数が高く、無関心度指数が低くなり、組織が活性化するという、「I-I chart を用いた地方鉄道路線における活性化されたサポーターと組織活性化のフレームワーク」を提示した。さらに、著者ら[2] は、この提案フレームワークを踏まえ、一体化度指数および無関心度指数とサポーター意識との関係性を表現する定量分析モデルとして、(1)式を提示した。

$$y = a_1x_1 + a_2x_2 \quad (1)$$

ただし、

y ：サポーター意識

x_1 ：一体化度指数

x_2 ：無関心度指数

a_1 ：一体化度指数に関わるパラメータ

a_2 ：無関心度指数に関わるパラメータ

3.2 鉄道路線における活性化されたサポーターと組織活性化フレームワークへの場の概念の導入

金井[4] は、場という概念は、産学官のネットワークを含む多様な相互作用を基礎とする地域におけるイノベーションの分析に有効な概念であると指摘したうえで、場を活性化させるための要件として、魅力あるテーマと有能な参加者の 2 点の重要性を指摘している。有効なコラボレーションの場を形成するための要件として、基本的に目的も行動原理も異なる多様な主体（企業、大学、官庁、顧客）を連結する魅力的なテーマを創造できるか否かが、有効なコラボレーションの場を形成できるか否かを大きく左右するとし、産学官の多様な組織が持っている能力を引き出し、それらを統合する共通のテーマの提示が場づくりに必要不可欠な条件となると述べている。そして、次に必要な場づくりの要件は、有能な参加者の確保であり、ここでの「有能」とは単にテーマに「貢献できる能力」を持っているだけでなく、テーマに「貢献したい意欲」を持っていることを含んでいることに注意を要すると指摘している[4]。ここで、金井[4] が活性化した場の要件としてあげたテーマと参加者は、伊丹[5][6][7] の提示する場の 5 つの成立要件（メンバーシップ、アジェンダ、解釈コード、情報のキャリアー、連帯欲求）

のテーマ（アジェンダ）とメンバーシップに該当し、場が活性化するか否かはこの2つの要件が重要となる。金井[4]は産学官の多様な組織の活性化の要件である魅力あるテーマと有能な参加者を、伊丹[5][6][7]のテーマ（アジェンダ）とメンバーシップに対応させている。

一方、産学官にサポーターを加えた組織を考えると、金井[4]の産学官の組織の活性化の概念に、著者ら[2]が提示した「I-I chartを用いた地方鉄道路線における活性化されたサポーターと組織活性化のフレームワーク」を適用し融合することにより、前者のテーマ（アジェンダ）とメンバーシップを、後者の一体化度指数と無関心度指数を対応させて概念化することが可能となる[1]。

ただし、ここで注意を要するのは、ネットワークと場との相違、すなわち、ネットワークは弱連結であり場は中連結であるという金井[8]の指摘である。場の魅力あるテーマづくりにおいて、テーマを共有しているというだけの弱連結ではなく、連結の強さがより強い中連結である必要がある。また、有能な参加者においても単に参加しているだけという弱連結ではなく、「貢献できる能力」と「貢献したい意欲」を持っている中連結でなければ、場を形成することはできない。

3.1で述べた「I-I chartを用いた地方鉄道路線における活性化されたサポーターと組織活性化のフレームワーク」では、タイプ3の積極的なサポーターは、単に組織と目的・価値を共有している度合いが高いという一体化度指数が高いのみならず、能動的に問題を見つけ解決しようとする度合いが高いという無関心度指数が低いメンバーであることを示しており、まさに、場の概念における、「統合し共通したテーマを共有」し、「貢献できる能力」と「貢献したい意欲」を持っている有能な参加者に該当する中連結を形成している。

以上を勘案すると、「I-I chartを用いた地方鉄道路線における活性化されたサポーターと組織活性化のフレームワーク」[2]と、金井[8]の「地域における産学官の場の形成概念」について、前者の一体化度指数と無関心度指数を、後者のテーマとメンバーシップに対応させ、その対応の中心に「連結の強さによって結びつきが異なる」という場の連結性の重要性を位置づけ、それらの関係性を表現した概念図として図1を提示することができる[1]。

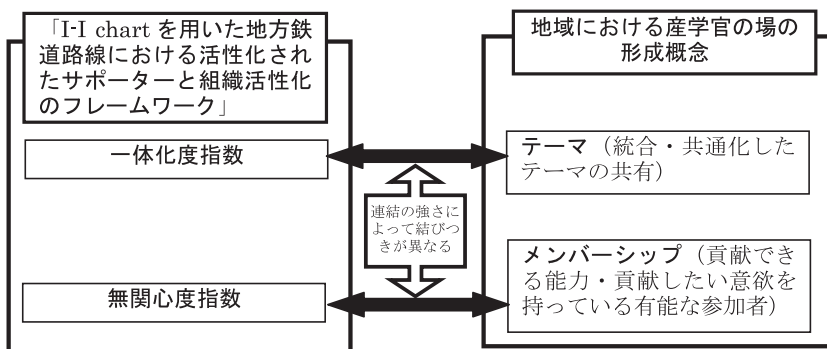


図1 「I-I chartを用いた地域鉄道路線における活性化されたサポーターと組織活性化のフレームワーク」と地域における産学官の場の形成概念との対応関係[1]

4. 提案モデル

3.2 で示した図 1 の概念を、モデルとして表現することを試みるために、図 2 のようなモデルの構造を提示する。

そのうえで、本研究では、(1)式を拡張し、場の違いによる一体化度指数と無関心度指数に加え、場の違いによる連結の強さが、有効なコラボレーションの場の形成に影響することを想定し、図 2 のモデル構造を表現する定量分析モデルを(2)式として新たに提示する。

$$y = \sum_k c_{1k}x_{1k} + \sum_k c_{2k}x_{2k} + \sum_j c_{3j}e_k \quad (2)$$

ただし、

y ：有効なコラボレーションの場と活動の創出から形成される、リニモのサポーター意識

k ：場（イベント）の違い（本研究の場合、 $k=1$ ：駅ナカショップの参加者、 $k=2$ ：企業・学生・地域住民の交流会参加者、 $k=3$ ：スイーツフェスティバル参加者）

x_{1k} ： k 別の一体化度指数

x_{2k} ： k 別の無関心度指数

e_k ：場（イベント）の違い k 別の場の形成を表すダミー変数

c_{1j} ： k 別の一体化度指数 x_{1k} に関わるパラメータ

c_{2k} ： k 別の無関心度指数 x_{2k} に関わるパラメータ

c_{3k} ： k 別のダミー変数 e_k に関わるパラメータ

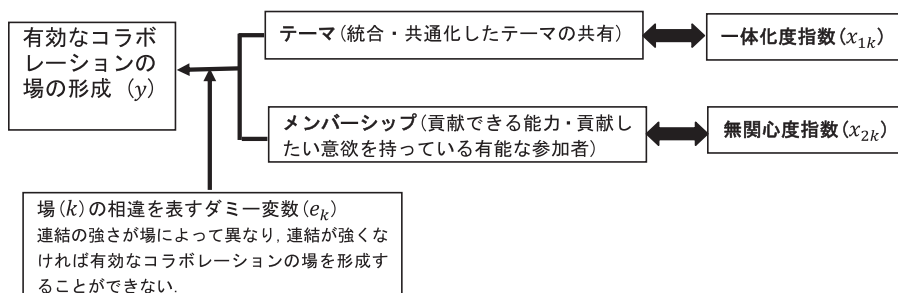


図 2 提案モデルの構造

5. 適用例による実証分析

5.1 実証分析の調査概要

(1) 調査時期と調査対象者

- ① 2016年7・8・9月の駅ナカショップ参加者
- ② 2017年2月の企業・学生・地域住民の交流会（以下、交流会と記す）参加者
- ③ 2017年9月の学生と地域のショップによるスイーツフェスティバル参加者

(2) サンプル数：

- ① 211名，② 148名，③ 56名，合計415名

(3) アンケートの内容

- ① サポーター意識を問う質問：リニモのサポーターになりたいか否かを5件法で問う。
- ② 一体化度指数を問う質問：表2の質問に対して，その程度を5件法で問い得点とする。
- ③ 無関心度指数を問う質問：表3の質問に対して，その程度を5件法で問い得点とする。
- ④ 連結の強さの違いを分けるための質問：今回のイベントに関して，SNSを通じて知ったか否かについて問う。

表2 一体化度指数に関わる質問

住民を交えた地域の会合がある
SNS (Facebook, Twitter など) からの情報を豊富に発信する
サポーターが実施するイベントがある
リニモのサポーターになったら何らかの特典がもらえる

表3 無関心度指数に関わる質問

リニモは，地元の路線として，地域のため，なくてはならない存在であると思いますか？
リニモの運行サービス，および広報活動やイベント等について，関心を持っていますか？
リニモの運賃や運行サービスの改善点について，積極的に発言したいと思いますか？
リニモの沿線施設との共同利用に関する新しいサービスができれば，ぜひ体験したいと思いますか？

5.2 アンケート回答者の属性

2016年7・8・9月の駅ナカショップ，2017年2月の交流会および2017年9月の学生と地域のショップによるスイーツフェスティバルにおけるアンケート回答者の属性は，表4から表10に記載するとおりである。

性別は3回とも男女が4対6の割合であり，年齢層は交流会とスイーツフェスティバルは20代が多く，駅ナカショップは10代の子供とその親と思われる30・40代が多かった（職業

は、交流会とスイーツフェスティバルは学生が多く、駅ナカショップは学生と会社員・主婦が多かったことと関連する）。

住所については、3回とも名古屋市が多く、リニモ沿線の長久手市、日進市は意外と少なかった。リニモの利用頻度は3回とも「年に数回」、「本日が初めて」、「利用したことが無い」の回答が多く、参加者は日常的にはリニモをあまり利用していないことが分かる。リニモの利用目的は、「買い物」「レジャー・観光」が多く、「通勤」「通学」が少ない。

来場した交通手段については、交流会は学生が多かったためリニモでの来場者が83%と多かった。一方、駅ナカショップ並びにスイーツフェスティバルでは、来場者はリニモ、自動車の割合が、それぞれ、40.8%、54.5%と50.0%、39.3%であり、自動車での来場者も多かったことが分かる。

表4 性別

	男性		女性		合計
	人数	割合	人数	割合	
駅ナカショップ	88	41.7%	123	58.3%	211
交流会	47	31.8%	101	68.2%	148
スイーツフェスティバル	19	33.9%	37	66.1%	56
合計	154	37.1%	261	62.9%	415

表5 年齢構成

	10代		20代		30代		40代		50代		60代		70代以上		合計
	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合	
駅ナカショップ	57	27.0%	29	13.7%	50	23.7%	40	19.0%	21	10.0%	13	6.2%	1	0.5%	211
交流会	1	0.7%	146	98.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.7%	0	0.0%	148
スイーツフェスティバル	20	35.7%	23	41.1%	7	12.5%	2	3.6%	3	5.4%	1	1.8%	0	0.0%	56
合計	78	18.8%	198	47.7%	57	13.7%	42	10.1%	24	5.8%	15	3.6%	1	0.2%	415

表6 職業

	会社員		学生		主婦		アルバイト		大学関係者		その他		合計
	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合	
駅ナカショップ	63	29.9%	73	34.6%	49	23.2%	7	3.3%	2	0.9%	17	8.1%	211
交流会	0	0.0%	147	99.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.7%	0	0.0%	148
スイーツフェスティバル	9	16.1%	34	60.7%	12	21.4%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.8%	56
合計	72	17.3%	254	61.2%	61	14.7%	7	1.7%	8	0.7%	18	4.3%	415

表7 住所

	名古屋市		長久手市		日進市		豊田市		瀬戸市		その他		合計
駅ナカ ショップ	75	35.5%	35	16.6%	21	10.0%	12	5.7%	14	6.6%	54	25.6%	211
交流会	47	31.8%	8	5.4%	9	6.1%	4	2.7%	4	2.7%	76	51.4%	148
スイーツ フェスティ バル	15	26.8%	5	8.9%	5	8.9%	3	5.4%	5	8.9%	23	41.1%	56
合計	137	33.0%	48	11.6%	35	8.4%	19	4.6%	23	5.5%	153	36.6%	415

表8 リニモの利用頻度

	ほぼ毎日		週に数回		月に数回		年に数回		本日が 初めて		利用したこ とが無い		合計
駅ナカ ショップ	4	1.9%	10	4.7%	26	12.3%	105	49.8%	19	9.0%	47	22.3%	211
交流会	5	3.4%	2	1.4%	9	6.1%	91	61.5%	32	21.6%	9	6.1%	148
スイーツ フェスティ バル	0	0.0%	0	0.0%	5	8.9%	33	58.9%	6	10.7%	12	21.4%	56
合計	9	2.2%	5	2.9%	40	9.6%	229	55.2%	57	13.7%	68	16.4%	415

表9 リニモの普段の利用目的

	通勤		通学		買い物		レジャー・観光		その他		無回答		合計
駅ナカ ショップ	6	2.8%	1	0.5%	17	8.1%	141	66.8%	46	21.8%	0	0.0%	211
交流会	3	2.0%	21	14.2%	32	21.6%	37	25.0%	50	33.8%	5	3.4%	148
スイーツ フェスティ バル	0	0.0%	0	0.0%	21	37.5%	17	30.4%	12	21.4%	6	10.7%	56
合計	9	2.2%	22	5.3%	70	16.9%	195	47.0%	108	26.0%	11	2.7%	415

表10 来場した交通手段

	リニモ		自動車		自転車		徒歩		無回答		合計
駅ナカ ショップ	86	40.8%	115	54.5%	8	3.8%	2	0.9%	0	0.0%	211
交流会	123	83.1%	21	14.2%	2	1.4%	0	0.0%	2	1.4%	148
スイーツ フェスティ バル	28	50.0%	22	39.3%	2	3.6%	2	3.6%	2	3.6%	56
合計	237	57.1%	158	38.1%	12	2.9%	4	1.0%	6	1.0%	415

5.3 適用例による実証分析の手順

- (1) 「サポーター意識」の得点として、リニモのサポーター意識を問う質問の回答（5件法）を用い、被説明変数 y とする。
- (2) 一体化度指数の4つの回答を回答者毎に平均し、場（イベント） k 別の一体化度指数として説明変数 x_{1k} とする。
- (3) 無関心度指数の4つの回答を回答者毎に平均し、場（イベント） k 別の説明変数 x_{2k} と置く。ここでは、平均が大きいと無関心度指数が低いと認識し、小さいと無関心度指数が高いと認識する。
- (4) 場（イベント）の違い k 別に、連結の強さの違いを把握するためのダミー変数を e_k と置く。
- (5) 重回帰分析を用いて、(2)式のパラメータを推定する。

5.4 分析結果（パラメータの推定）および考察

(2)式の c_{1k} 、 c_{2k} 、 c_{3k} の推定結果を表11に示す。

表11 c_{1k} 、 c_{2k} 、 c_{3k} 推定結果

場（イベント）	k 別の一体化度指数 x_{1k} に関わるパラメータ c_{1k}	k 別の無関心度指数 x_{2k} に関わるパラメータ c_{2k}	k 別のダミー変数 e_k に 関わるパラメータ c_{3k}
駅ナカショップ： $k=1$	0.410	0.044	1.379
交流会： $k=2$	0.206	0.318	1.569
スイーツフェスティバル： $k=3$	0.062	0.501	1.317

**1%有意 自由度調整済決定係数0.937

- (1) パラメータ c_{1k} と c_{2k} の推定値を場（イベント）別に見ると以下のとおりである。
 - ① 駅ナカショップでは、一体化度指数に関わるパラメータ c_{1k} が0.410であり、無関心度指数に関わるパラメータ c_{2k} が0.044となっており、一体化度指数すなわちテーマ（統合した・共通テーマの共有）がリニモのサポーター意識の形成に強い影響を及ぼしていることが表現されている。
 - ② 一方、スイーツフェスティバルでは、一体化度指数に関わるパラメータ c_{1k} が0.062であり、無関心度指数に関わるパラメータ c_{2k} が0.501となっており、無関心度指数（貢献できる能力・貢献したい意欲を持っている有能な参加者）がリニモのサポーター意識の形成に強い影響を及ぼしていることが表現されている。
 - ③ 交流会においては、一体化度指数に関わるパラメータ c_{1k} が0.206であり、無関心度指数に関わるパラメータ c_{2k} が0.318となっており、やや無関心度指数の方がリニモのサ

ポーター意識の形成に影響を及ぼしていることが表現されている。

- ④上記のパラメータ推定結果の相違について、それぞれの場（イベント）のアンケート回答者の属性から考察することができる。すなわち、駅ナカショップの参加者は、子供とその親が中心であり、54.5%が自動車で来場していた（リニモでの来場は40.8%）。したがって、駅ナカショップの参加者は、テーマは共有していたが貢献できる意欲を持っているほどのメンバーではなかったものと思われる。スイーツフェスティバルの参加者は、年齢構成が10歳代から30歳代で89.3%を占めており、学生が60.7%、会社員16.1%、主婦21.4%という若い世代であった。この参加者は、共通のテーマの保有というより、貢献できる能力・貢献したい意欲を持っている有能な参加者であったと考えられる。また、交流会の参加者は、20歳代（構成比率98.6%）の学生（構成比率99.3%）が殆どであり、テーマとメンバーシップの両方を兼ね備えているバランスの取れた参加者であったと考えられる。
- (2) パラメータ c_{3k} 推定結果については、交流会（1.569）、駅ナカショップ（1.379）、スイーツフェスティバル（1.317）の順に、リニモのサポーター意識の形成に影響を与えていることが分かる。このことは、交流会には、テーマとメンバーシップの両方を兼ね備えた、すなわち、一体化度指数が高く、無関心度指数が低い（本研究の場合は x_{2k} が大きい）、活性化されたメンバーが参加しており、テーマとメンバーの両方に於いて連結が強いいため、有効なコラボレーションの場と活動の創出から形成されるリニモのサポーター意識に強く影響したことが表現できている。
- (3) 以上から、(2)式は、活性化されたサポーターと組織活性化における一体化度指数と無関心度指数と、場におけるテーマとメンバーシップへの対応関係において、場の違いによる連結の強さが反映されたモデルとなっている。

5.5 事後確率による考察

事後確率を計算し、その事後確率の大きい方（最大事後確率）を選択するという決定法により、「サポーター意識有（5件法の「5. サポーターに非常になりたい」「4. サポーターになりたい」を選択した人）の時、それがどのイベントの参加者であったか」について検討する。

そのために、以下のように条件を設定する。

仮説1 (H_1)：駅ナカショップという場への参加者

仮説2 (H_2)：交流会という場への参加者

仮説3 (H_3)：スイーツフェスティバルという場への参加者

結果 D ：サポーター意識の有無

$$P(H_i|D) = \frac{(P(D|H_i)P(H_i))}{(P(D|H_1)P(H_1) + P(D|H_2)P(H_2) + P(D|H_3)P(H_3))} \quad (i=1,2,3) \quad (3)$$

「サポーター意識有の時、それが駅ナカショップの参加者」である確率は0.256であり、「サポーター意識無の時、それが交流会の参加者」である確率は0.556、そして、「サポーター意識有の時、それがスイーツフェスティバルの参加者」である確率は0.189となっている。この結果は、5.4の(2)で推定したパラメータ c_{3k} の場の連結の強さが表すとおり、「交流会の参加者」の方が、「駅ナカショップの参加者」や「スイーツフェスティバルの参加者」よりも、場の連結が強くと、そのことがサポーター意識に影響を及ぼすという結果と一致している。

表 12 サポーター意識有無人数・尤度・事前確率

	駅ナカショップへの参加者 (H_1)	交流会への参加者 (H_2)	スイーツフェスティバルへの参加者 (H_3)
サポーター意識 有	23 人 (0.230)	50 人 (0.735)	17 人 (0.630)
サポーター意識 無	77 人 (0.770)	18 人 (0.265)	10 人 (0.370)
事前確率	0.513	0.349	0.138

サポーター意識の「3. どちらでもない」はデータに入れていない。() 内は、尤度。

表 13 事後確率 $P(H_i|D)$ ($i=1, 2, 3$)

	駅ナカショップへの参加者 $P(H_1 D)$	交流会への参加者 $P(H_2 D)$	スイーツフェスティバルへの参加者 $P(H_3 D)$
サポーター意識 有	0.256	0.556	0.189
サポーター意識 無	0.733	0.171	0.095

6. おわりに

著者のこれまでの産学官連携による組織や地域における場の創成という活動をとおして、場の連結の強さが組織や地域活性化の参加への一体化度と無関心度に関係し、さらに、場の連結の強さが有効なコラボレーションの場の形成に影響するという視点を明らかにしてきた。そこで本研究では、場の創設にかかわる、連結の強さと組織参加者の活性化における一体化度と無関心度との関係性を明らかにし、場の連結の強さの違い場の創設にどのように影響するのかを明らかにすることを目的とした。

本研究は、まず、著者ら[2]が先行研究において提示した、「I-I chart を用いた地方鉄道路線における活性化されたサポーターと組織活性化のフレームワーク」に、地域における産学官連携の推進における場の機能を導入し、前者の一体化度指数と無関心度指数を後者のテーマとメンバーシップを対応させることにより両概念の結合を、モデルの構造の作成と定量分析モデルの構築によって表現できたものとする。

そして、提案モデルを用いた適用例による実証分析により、一体化度と無関心度が、場（イベント）の違いによって、有効なコラボレーションの場と活動の創出から形成されるリニモのサポーター意識への影響が異なることが表現できていることを検証することできた。また、場

の違いによる連結の強さがサポーター意識に影響することを反映させたモデルが構築できたことを検証することができた。提案モデルを利用することによって、場の連結の強さが把握でき、有効なコラボレーションの場づくりの一助となるものと考えられる。

今後も、産学官連携による場を創成して、鉄道路線であるリニモの活性化と地域の活性化の推進につなげていきたいが、場の連結の強さのみならず、一体化度指数が高く無関心度指数の低い能動的なサポーターによる場の創成を実施していきたい。

(本研究は、2017年度愛知淑徳大学研究助成費研究の一環として行われたものである)

参考文献

- [1] 上原衛：産学官連携をとおした鉄道路線におけるサポーターによる組織活性化と場の創出による組織と地域の活性化，愛知淑徳大学論集—ビジネス学部・ビジネス研究科篇—，13，21-31，2017
- [2] 上原衛・鄭年皓・山下洋史：I-I Chart を用いた鉄道路線のサポーター意識—リニモの活性化と地域の活性化—，日本経営システム学会誌，34(1)，95-100，2017
- [3] 高橋伸夫：組織の中の決定理論，朝倉書店，1993
- [4] 金井一頼，地域におけるソシオダイナミクス・ネットワークの形成と展開，組織科学，32(4)，48-57，1999
- [5] 伊丹敬之，場のマネジメント—：経営の新パラダイム，NTT 出版，1999
- [6] 伊丹敬之，ネットワーク・マネジメントの枠組み，組織科学，24(4)，10-18，1991
- [7] 伊丹敬之，場のマネジメント序説，組織科学，26(1)，78-88，1992
- [8] 金井一頼，地域における産学官連携の推進と場の機能，龍谷大学経営学論集，44(3)，1-12，2004