

クラスター形成過程における埋め込みの機能と展開 —北海道におけるワイン産業の事例研究—

The Function and Development of Embeddedness in the Building-up Process of the Cluster
A Case Study of the Wine Industry in Hokkaido

長村 知幸 (小樽商科大学大学院)

Tomoyuki Osamura (Graduate School of Commerce, Otaru University of Commerce)

要旨

本稿は、クラスター形成過程における埋め込みの機能と展開について分析したものである。本稿では、埋め込みの観点から、北海道のワイン・クラスター形成動向に関する事例研究を行った。本稿の発見事実としては、ワイン・クラスター形成過程において、制度的要素の存在が、地縁関係の発達とスモールワールド・ネットワークの形成に貢献し、正の効果をもたらすことが判明した。つまり、制度的要素の存在がクラスター内の埋め込みの機能を強化し、信頼関係、職業的連帯意識やソーシャル・キャピタルの蓄積に大きく貢献すると考えられる。

キーワード クラスター、埋め込み、スモールワールド、ソーシャル・キャピタル

I. はじめに

1. 研究目的

知識経済への移行に伴い、クラスターの形成を目指すことが、地域経済政策や科学技術政策の領域で世界的な潮流となっている(坂田・梶川,2009:67)。そのため成長著しい地域では、Porter (1990,1998) のクラスター理論の影響を受けて、例外なくクラスターが形成されている。クラスターとは、「ある特定の分野における関連企業、専門性の高い供給業者、サービス提供者、関連業者に属する企業、関連機関が地理的に集中し、競争しつつ同時に協力している状態」のことを指す (Porter,1998:67)。

近年では、様々な分野からクラスター研究が行われている。たとえば、Porter (1990,1998) のクラスター理論に依拠して、斉藤 (2007) が食料産業クラスターの概念を提示している。また、クラスター研究の台頭によって、社会ネットワーク理論やソーシャル・キャピタル理論などの研究分野が発達している。こうした動向に伴い、産業クラスターに関する研究は、経営学や経済学の多様な分野で行われ、一定の理論的蓄積を見せている(金井,2005:15)。

しかしながら、クラスター研究は、未だ理論的蓄積が少ない分野が多く存在する。その中でも、クラスターを社会学の観点から分析した研究は、今後の研究蓄積が望まれている分野である。

近年では、企業家研究の分野において、社会学の概念である「埋め込み (embeddedness)」を用いた実証研究が台頭しつつある。埋め込みアプローチでは、特定の地域に根付いた地縁関係に依拠した起業の連鎖現象や企業家

ネットワークに注目している。たとえば、稲垣 (2003) や加藤 (2009) は、ラディカルな変化を伴わない閉鎖的な規範を前提とした特定地域の産業集積について議論している。稲垣 (2003:135) は、起業家がどのようなネットワーク構造に埋め込まれている (embedded) のかという社会学的アプローチに研究関心に目を向けている。つまり、社会的文脈が企業家 (あるいは起業家) ネットワークに与える影響の大きさを示唆している (相原・秋庭,2006:74)。こうした論者の台頭によって、地縁関係に依拠した共同体の成立とクラスター形成に関する理論的蓄積を実現してきたと言える。

そこで、本稿では、埋め込みの概念を応用して、北海道のワイン・クラスター形成動向に関する事例研究を行う。特に、クラスター形成過程において、埋め込まれた諸関係がどのように構築され、いかなる効果をもたらすのかという問題に焦点を当てて考察する。

2. 対象事例

本稿の分析対象である北海道のワイン産業は、明治初期から生産が試みられており、日本を代表するワイン産地である山梨県と並んで歴史的にも古いと記録が残されている。北海道のワイン産業は、平成以降 (特に、2000年以降)、様々な規模のワイナリー・ヴィンヤードが集積し、ワイナリー同士、あるいはワイナリーと関連・支援産業との連携が見られるようになってきている。そのため、ワイナリー・ヴィンヤードの間で、同業者の交流によって技術者ネットワークが形成されつつある。こうした動向に伴って、ワイン産業に対する行政の支援も顕著にな

っており、ワイン・クラスター形成の萌芽が芽生えつつある。

そこで、ワイン・クラスター形成過程におけるリサーチ・クエスチョンとして、以下の2点を提示し、埋め込みの観点から議論を行う。

RQ①: 北海道のワイン産業では、クラスター形成過程で、どのようなネットワークが形成されているのか。

RQ②: ワイン産業における制度的要素(暗黙の慣習とルール、業界団体の存在)は、どの程度、産業発展に寄与するのか。

3. 論文の構成

本稿の構成は、以下の通りである。まず、第II節では、埋め込みの理論的変遷と特徴について整理する。第III節では、本稿の調査概要と研究方法を提示する。第IV節では、北海道の歴史的経緯に触れ、それに付随した形で、2013年3月現在のワイン・クラスター形成状況について概観する。そして、第V節では、先行研究に触れながら、ワイン・クラスターの形成過程における埋め込みの機能について理論的な検討を加えていく。最後に、第VI節では、結論と今後の課題について述べる。

II. 先行研究レビュー

1. 埋め込みの理論的変遷と特徴

まず、埋め込みの理論的変遷について整理を行う。埋め込みの概念は、Polanyi (1957:100) の著書『大転換』で、社会的諸関係が経済システムの中に埋め込まれていると指摘したことを起源としている。その後、Granovetter (1985) や Uzzi (1997) が埋め込みの概念を理論的に発展させた。特に、Granovetter (1985) は、経済活動が社会的文脈・社会集団に埋め込まれており、そのようなネットワークが信頼を生み、規範を作り出すと主張している。そのため、埋め込みの論理では、経済活動の基礎になる社会的な関係構造(ネットワークやコミュニティなど)に注目すべきであると考えられている。

また、埋め込みの具体例としては、地域文化の不文律、伝統、業界のルール、慣習などがあげられる。たとえば、業界のルールは、その業界に参入している各企業が互いに影響しあいながら行動していく中で生まれる(野中・遠山・平田,2010:94)。すなわち、地域文化に根付いた制度は、組織成員の協働を促進する源泉であり、社会秩序を担う重要な基盤になっている。

さらに、企業家が、その地域の社会的文脈¹⁾に埋め込まれていることが、地元のルールの理解や社会的支援の享受につながる(相原・秋庭,2006:68)。換言すると、企

業家は、社会的文脈に影響を受け、よりパーソナルなネットワークに根ざした要因によって支えられていると言える(稲垣,2003)。

特に、企業家のネットワークは、その地域の価値観や不文律を理解する上での手助けになるため、起業の成功に結びつくと考えられている²⁾。したがって、企業家の個人的なつながりなどの「埋め込まれた」関係は重要な経営資源であると考えられる(中野,2012:197)。

このように、企業家は、埋め込みのプロセス³⁾を通じて、社会的な結びつきを作りながら、信用、知識、経験等の資源を獲得する。(相原・秋庭,2006:69)。つまり、社会的文脈への程度、埋め込まれているかは、企業家が利用できる経営資源や事業機会の認知に影響を与える⁴⁾。

特に、ワイン産業を含めた農業では、仲間に承認されることによって、社会的・経済的義務関係が構築され、相互扶助やサービスの交換が行われる傾向が強い(Putnam *et al.*,1993)。Coleman (1988:117)によると、ある相手を信頼するかどうかは、過去の経験や実績が重要な根拠になると述べている。また、Granovetter (1985)も同様に、過去の実績が分かっている個人や企業との取引が好まれる傾向があると示唆している。

上述したように、特定の相手との関係性の発達とは、文脈に埋め込まれた暗黙知⁵⁾ (tacit knowledge) の蓄積や集団的アイデンティティ⁶⁾の形成に貢献する。伊丹

(1991:16) は、人縁を、アイデンティティの基礎的要因になると指摘している。Saxenian (1994:24) も同様に、企業同士が相互交流を積み重ねる中で、共通のアイデンティティと相互信頼が生まれると述べている。

たとえば、Bestor (2004) の『築地』研究では、地域文化に根付いたアイデンティティについて考察している。Bestor (2004:68)によれば、築地のアイデンティティは、昔の商人のライフスタイル・文化の追求・商業的慣習や、彼らと武士階級・徳川幕府との歴史的関係の上に、そして、東京の下町地区を「正統な」都市文化の宝庫として見直すという20世紀後半の動向の上に成立していると論じている。このように、ある集団にアイデンティティがあるからこそ、そのアイデンティティを核に共同体としての意識を持つ(伊丹,1991:13)。

したがって、クラスター形成過程においては、個人や組織が社会ネットワークに埋め込まれていることが、信頼関係を醸成する土台となり、暗黙知の蓄積や集団的アイデンティティの形成に貢献すると考えられる。

2. 埋め込みの観点から見たワイン産業の特性

上述したように、埋め込みの論理では、特定集団の内

部で、単一の規範が共有されていることが前提になる。本項では、埋め込みの概念に基づいて、ワイン産業への適合性について考察する。ワイン製造では、「立地（土壌・気候）・原材料（ブドウの品質）・人（技術者）」が必要条件とされる。多くの産地では、これらの要素が地元で供給される。その中でも、ブドウの生育環境や技術水準がワインの品質に大きな影響を与える。鹿取（2011:49）によると、ワインの品質は、「ブドウが8割、技術が2割」と言われ、原料であるブドウによって製品の大部分を決定づけられると指摘している。つまり、ワインの生産要因は、地理条件と環境条件によって大きく規定されるため、埋め込み効果が高いと考えられる。

また、道内では、醸造技術者自らが、気候や土質・地形などを考慮して、ブドウ栽培をするのが一般的になっている。ワイナリーは、畑で収穫したブドウを醸造し、ワインという製品を生み出す機能を持つ（西川,2008:24）。そのため、ワイナリーは、社会的・制度的な環境に埋め込まれた地域性の高い存在であると言える。

3. ワイン・クラスターの先行研究レビュー

ワイン・クラスターは、ワイナリーとヴィンヤードおよびワイン製造とブドウ栽培に関する関連・支援産業から構成される（Porter,1998:71）。ワイン・クラスターの具体例としては、カリフォルニア州ナパ・バレーや山梨県のワイン・クラスターなどがあげられる。

ここで、わが国におけるワイン・クラスターの代表例である山梨県のワイン産業を取り上げる。山梨県のワイン産業の歴史は、日本のワインの歴史と言われている（北海道空知総合振興局・ズコーシャ,2012:189）。山梨県は、原料の産地化が進化したことから、わが国の代表的なワイン・クラスターとして評価されている（斉藤,2007:297）。

明治18年に、欧州系樹種に寄生したフィロキセラによって、日本のワイン醸造の歴史は一旦頓挫するものの、当時、唯一アメリカ種のぶどうに拠った山梨県は、この禍を逃れることができ、今日の隆盛の礎になったとされている（北海道空知総合振興局・ズコーシャ,2012:189）。

昭和に入ると、山梨県では、ワインの研究・指導の役割を持つ山梨県ワインセンターの開設や山梨大学ワイン科学研究センターの設置といったワイン産業に関する知的インフラの整備が急速に進むことになった。また、2006年度から、山梨大学ワイン科学研究センターでは、山梨県と山梨県ワイン酒造組合と協力し、「地域再生人材創出拠点の形成」プロジェクトに取り組んでいる（山本,2008:46）。

現在、山梨県には、約80社のワイナリーが存在する。

特に、勝沼地域では、メーカー間の連携が活発である（斉藤,2007:306）。このような地元での「顔の見える」付き合いの濃厚さは、埋め込まれた機密情報へのアクセス性に効果があるため、クラスターの競争力に大きく影響を与えると考えられる。山本（2008:44-45）は、行政や山梨大学、技術者が一体となって「葡萄酒技術研究会」を通じて、技術の向上に努めていると主張している。

特に、ワイン産業では、経済活動に埋め込まれた知識（文書化・システム化しにくい知識やノウハウ、技術的知識・経験など）が産業発展に寄与すると予測される。そのため、ワイン造りという仕事を上手く成し遂げるためには、誠実で信頼のおける関係構築が必要不可欠であると言える。ここで論じたように、山梨県は、県産マークの整備など産学官連携による取り組みが積極的に行われており、国産ワインを代表する先進的なクラスター形成を実現するに至っている（北海道空知総合振興局・ズコーシャ,2012:189）。

III. 調査概要と研究方法

1. 調査概要

本稿では、文献調査とインタビュー調査を実施し、定性的証拠に基づいて、北海道のワイン産業に関する“分厚い記述”を試みる。北海道のワイン産業は、1868（明治元）年を発端とすると約140年近い歴史を有するため、多くの公式資料が存在する。そこで、公式的な記録である『北海道果樹百年史』および『北海道果樹百二十年史』や『平成23年度 醸造用ぶどうと空知産ワインの振興に係る基礎調査』などの調査報告書、北海道のワイン史に関わる書籍の文献調査を行い、これらの資料や文献から、ワイン産業に関する記録を抽出し、第IV節である北海道のワイン産業の歴史的経緯を作成した。

また、上述した文献調査と並行して、ワイナリー、ヴィンヤードや行政機関の関係者（計19名）に対して、インタビュー調査を実施した。まず、2012年5月～2012年7月に、北海道のワイン産業の全体像を把握するため、ワイナリーやヴィンヤードに対して対面調査および電話調査をPilot調査（第一次質的調査）として行った。筆者が行ったPilot調査では、ワイン産業における技術者同士の連携は、非公式で自発的な相談や助け合いによる場合が多いことが判明した。

その後、2012年8月～10月にかけて、行政機関の関係者に対して、ワイン・クラスター形成動向に関するインタビュー調査を実施した。このインタビュー調査の結果、北海道のワイン産業では、道産ワイン懇談会やそらちワイナリー・ヴィンヤード連絡会議（空知総合振興局が管

轄)などの業界団体が、同業者の公式的な社交ネットワーク形成を促進していることが明らかになった。

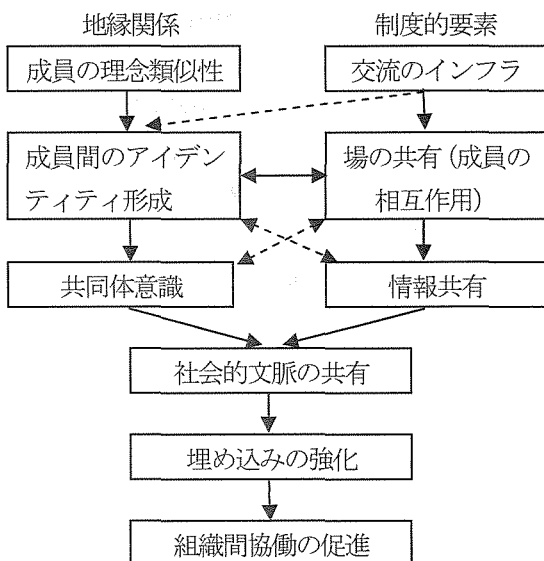
2. 仮説の設定・分析視角と研究方法

(1) 仮説の設定・分析視角

ここで、本稿の仮説および分析視角を提示する。北海道のワイン産業では、交流のインフラ(業界団体など)を通じて、成員間のアイデンティティ形成と場⁷⁾の共有を図っている。伊丹(1991:13)は、アイデンティティの存在が共同体意識につながり、情報共有のためには場の共有が必要になると指摘している。日常的な相互作用の場での知識は、文脈依存的な性質を持つ。つまり、こうした「場」を通じて、専門的な知識の共有を行うことは、埋め込みの強化に高い効果があると考えられる。

また、図1に示されるように、成員間の共同体意識と情報共有が実現されることによって、社会的文脈の共有につながる。そして、社会的文脈が人々に共有されることで、埋め込みを通じたある種の行動が促進される。この結果、埋め込みが強化され、組織間協働が促進されると予測される。上記で論じた仮定に基づいて、2つの仮説を設定した上で、分析する。

図1 本研究の分析視角



(出所) 伊丹(1991) 17頁に基づいて筆者一部修正。

仮説1: 企業家の理念類似性が各成員を結びつける。

仮説2: 各成員は制度的要素を通じてネットワーク形成を促進する。

(2) 研究方法

本稿では、事例研究法を採用する。事例研究に特有の強みとしては、文書、人工物、面接、観察といった多様

な証拠を扱うことができる点にある(加藤,2009:12)。また、藤本・河口(2010)の京都伏見酒造業研究でも、企業数の少なさから徹底した個別調査を行っている。

そこで、本稿では、加藤(2009)や藤本・河口(2010)の議論に依拠し、北海道のワイン・クラスター形成過程における埋め込みの機能を考察するためには、事例研究が最適であると考えられる。

IV. 事例研究

1. 北海道のワイン産業の歴史的経緯

北海道のワイン産業は、1868(明治元)年に、北海道南部の亀田郡七重村(現・七飯町)周辺でプロシア人ガルトネルが土地を租借して農場(りんごやブドウなどを導入)を開き、ここに母国から果樹苗木を取り寄せて植えつけたことが洋種果樹栽培の始まりとされている(北海道果樹百年史編集委員編,1973:13)。1885(明治18)年には、国内の欧州品種が、フィロキセラの発生によって壊滅的被害を受けることになる(北海道空知総合振興局・ズコーシャ,2012:37)。その結果、明治初期に、手厚い助成策を講じてブドウ栽培に力を入れ、普及奨励に努めたものの、道内のブドウ生産は停滞傾向へ向かうことになり、ワイン産業の歴史が一度断ち切られることになる。

その後、1960年には、十勝管内池田町において醸造用ブドウの栽培が進められ、寒害でほぼ全滅の危機にあいながらも、ワインが醸造・販売されたことによって、道内各地で醸造用ブドウ栽培の気運が醸成されてきた(北海道果樹百二十年編集委員会編,1992:41)。1963年には、池田町ブドウ・ブドウ酒研究所が設立し、北海道のワイン産業が「夜明け」を迎えることになる。池田町ブドウ・ブドウ酒研究所の設立によって、道東の池田町に端を発したワインブームが全道に拡大し、道内における昭和のワイン復興のキッカケとなった。

1960年代後半には、道内各地でブドウ栽培が積極的に進められ、余市町・仁木町を中心とした北後志地域では、稲作転換の施策も相まって、ブドウの新植が急速に増加した。特に、余市町では、1970年頃から国営の事業として醸造用ブドウの植栽が開始され、様々な品種の植栽試験などが進められたことによって、ブドウの栽培面積が次第に拡大することになった。

1970年代頃には、稲作の生産調整が開始されたことによって、鶴沼(浦臼町)の生産者の集いで欧州品種を植える動きが顕著になった。こうした動向に伴って、道内における醸造用ブドウを栽培する気運が次第に醸成されることになった。

そして、1973年には、醸造用ブドウに関する本格的試

験研究が開始された（北海道果樹百二十年編集委員会編,1992:82）。その後、1975年までの期間に、ブドウの栽培技術の研究機関である中央農業試験場は、耐寒性や収量等から16品目を選抜して、北海道に適した醸造用ブドウ品種の適性調査や栽培方法の調査などが実施された。この時期には、道内における立地の可能性に着目し、富良野市ぶどう果樹研究所（創業：1972年）や北海道ワイン株式会社⁸⁾（創業：1974年）などの北海道を代表するワイナリーが設立されている。このような動向に伴って、北海道のワイン産業は更なる発展を遂げるようになった。

1981年には、寒冷地における適性試験を経て、ツヴァイゲルトレーベやミュラートウルガウなどの「準奨励品種」が北海道の醸造用ブドウの主要品種として普及することになり、これに伴って、栽培農家が増加することになった（北海道空知総合振興局・ズコーシャ,2012）。そのため、道内では、1970年代まで生食用品種が多かったが、1980年代以降は、醸造用ブドウとして栽培された欧州品種の比率が高まることになり、ワイン需要の増大に伴って、富良野市、池田町、浦臼町などで醸造用ブドウの産地化が進展することになる（北海道果樹百二十年編集委員会編,1992:59）。

表1 醸造用ブドウの生産状況（平成21年度）

順位	都道府県	栽培面積 (ha)	仕向量 (t)
1	北海道	359.1	1,430.2
2	長野県	112.5	1,034.3
3	山形県	114.6	709.0
4	兵庫県	40.5	276.5
5	岩手県	120.6	206.4

（出所）北海道空知総合振興局・ズコーシャ（2012）

47頁に基づいて筆者作成。

そして、表1に示されるように、北海道における醸造用ブドウの栽培面積と仕向量は、現在に至るまで、圃場や設備の整備など行政による支援を受けた形で、日本一の要素条件へと成長を遂げてきた。2000年以降、新たに設立された中小ワイナリーでは、自社畑でのブドウ栽培に注力している所が多く、若い技術者たちがブドウ栽培に本腰を入れだし、自社畑の拡大や改植が今日に至るまで積極的に進められている。具体的には、直営農場の確保、新品種の導入・栽培技術に関する普及指導などの努力によって、北海道におけるブドウの質的向上が顕著になっている（斉藤,2007:136-137）。

さらに、北海道のワイン産業では、地球温暖化の影響を受けて、寒冷地でのブドウ栽培は注目を集めており、

北海道の冷涼な気候と土壌の良さに惚れ込み、多くの高度技術者が流入している。このように、道内に有能な醸造家（高度技術者）を誘引し、小規模ながら道産原料にこだわったワイン造りに取り組むことによって、道産ワインに対する評価が高まっていると考えられる。

以上をまとめると、北海道におけるワイン産業の強みとしては、①安価な土地価格と一枚続きの畑の入手容易性に基づく自社畑の保有、②欧州品種の品質の高さ、③地球温暖化に伴う冷涼な土壌を起因とした高度技術者の誘引、という3点に集約される。

2. 北海道のワイン産業に対する行政の支援

上記で論じたように、近年では、北海道におけるワイン・クラスター形成の可能性が増している。本項では、北海道におけるクラスター政策に関して整理する。

まず、2010年5月に、北海道経済連合会、JA北海道中央会、北海道経済産業局、北海道庁の4者を設立発起人として、北海道における食の総合産業化の実現を目的とする「食クラスター連携協議体」を発足している。食クラスター連携協議会は、食の総合産業の確立に向けた①高付加価値化の推進、②マーケティング・販売促進、③企業誘致など、道外からの投資促進等のプロジェクトを「連携・協働」で生み出していくことに主な目的がある。「食クラスター連携協議体」では、2011～12年度を「基盤強化+発展形成期」と位置づけ、参画者の拡大やネットワーク強化に加え、有望プロジェクトの創出・推進に努めている。これは、「食」に関わる幅広い産業と関係機関が緊密に連携・協働できる体制（農商工連携）を整備し、北海道ならではの食の総合産業化を実現することを目指すものである。

また、2011年11月には、構造改革特別区域として「北のフルーツ王国よいちワイン特区（北海道余市郡余市町）」が国から認定されている。規制の特例措置の活用により、構造改革特別区域内において、酒類製造免許に関わる最低製造数量基準（6kl）が果実酒では2klに下げられ、より小規模な主体も酒類製造免許を受けることが可能になった。余市での小規模ワイナリーの起業が容易になったことで、果樹の生産振興や就農者の確保などの形でワイン産地として地域活性化を図ることが可能になり、クラスター化の一步を踏み出したと言える。さらに、よいちワイン特区の設置は、ソーシャル・キャピタルの蓄積に貢献する可能性を持っている。

本項で論じたように、北海道のワイン産業は、行政の支援を受けることで、異なる産業との結びつきに貢献していると考えられる。稲垣・高橋（2011:24）によれば、

地域内の成員は、産業クラスターという目標が掲げられることによって、そこから得られる効果を期待して、関連・支援産業との関係構築を行うと論じている。

V. 分析と考察

1. ワイン産業における“つながり”に関する考察

以上で論じてきた事柄を踏まえ、本稿のリサーチ・クエスチョンに対する考察を行う。まず、リサーチ・クエスチョンの1番目であるワイン・クラスター形成過程におけるネットワーク構造について分析する。ワイン産業を含めた農業では、地域性が重視されるため、近所づきあいが重要になる。

本稿の分析対象である北海道のワイン産業では、同業者同士が比較的付き合いが良く、積極的に情報取得しようとする傾向が見られた。特に、筆者が行ったインタビュー調査では、道内におけるワイン・コミュニティの生成要因として、①ブドウ作りの理念類似性、②サクセス・ストーリーへの憧憬、などに起因していることが明らかになった。これは、物理的に近接した地域内に同様の思想をもつ成員や成功事例が存在することに依拠している。

実際に、北海道のワイン産業では、新規就農者は、成功しているワイナリーで修業・研修を行い、栽培方法について学習するうちに、家族的な交流を行い、関係を構築する傾向にある。これは、有機・無農薬といった栽培方法や理念類似性に依拠するものである。その後、ヴィンヤードとして独立し、ブドウ栽培について直接ワイナリーへ行き、アドバイスを受けることによって、関係強化に努める。したがって、地縁関係は、文脈依存的であると言える。さらに、ワイン産業では、共通の経験や理解を通じて、成員同士が打ち解けあうことが多い。すなわち、道内のワイン・コミュニティでは、助けが必要な時に相談する習慣が散見され、会議やイベントなどが特になくとも、頻繁に会うという行為が信頼関係の醸成につながっていると考えられる。そして、成員間で信頼関係を醸成することによって、「文脈依存的な知識」と「共通価値」の共有を実現することが可能になる。

稲垣 (2003:146) によると、成員間の横のつながりは、日常の頻繁な接触を通じて形成され、個人の技術的・専門的能力における信頼関係が基盤になっていると述べている。そのため、地域文化に「埋め込まれた」人間関係、社会規範や社会ネットワークを通じて、「顔の見える」頻繁な接触と対話を行うことで、互惠的行動に関する信頼関係を発達させることができる。

このように、先行研究では、人々の多様な集合の間で頻繁な相互作用が行われると、相互扶助の規範が形成さ

れると指摘されている。山倉 (1993:268) は、地域社会における組織間ネットワークがタイトに連結していればいるほど、地域社会全体がイノベータティブになると述べている。特に、企業家は、地元の人々と深いつながりを持つことで、創業のインセンティブを高めるとともに、共通のアイデンティティを構築することができる。

また、北海道のワイン産業では、関係者による地域内のイベント (①醸造用ぶどうセミナー、②そらちワインピクニック) への参加も顕著である。こうしたイベントは、同業者 (特に、若手技術者) 同士の情報共有 (栽培、醸造、苗木入手に関する情報) を促進する効果を持つ。行政機関が同業者ネットワーク作りのイベントを開催することによって、「専門性と地理的な近さ」に依拠した協力関係を促進し、社会的に根付いたコミュニティの形成に貢献することができる。Wenger *et al.* (2002:141) は、定期的イベントには、コミュニティを「いかり」でしっかりと固定させる効果があると論じている。

以上で論じたことをまとめると、北海道のワイン産業では、同業者や様々な関連業者が、特定の共同体の中に埋め込まれた社交ネットワークに基づいた相互作用を行うことが重要であり、技術者コミュニティのメンバーを団結させる地域ベースの強い忠誠心を育む必要がある。

Uzzi (1997) は、埋め込まれた絆を通じて特定のパートナーとつながっていれば、特別のチャンスを獲得することができるかと述べている。特に、新規参入者は、社会的文脈への理解と埋め込みを通じて、社会的支援を受けることができる (相原・秋庭, 2006:69)。また、藤本・河口 (2010:112) は、多くの経験を持つ先輩技術者や同地域での酒造技術情報は、非常に重要であると指摘している。つまり、ワイン造りは、地理的近接性を前提とした特定の技術者との密度の高い共同作業によって生まれ、それは関係特殊的資産に近いものである。

2. 制度的要素に関する考察

次に、リサーチ・クエスチョンの2番目である制度的要素 (暗黙の慣習とルール、業界団体の存在) に関する考察を行う。若林 (2006:196) によると、制度的媒介は、クローズド・ネットワーク内の「埋め込み」水準を向上させる効果を持つと指摘している。そのため、北海道のワイン産業における制度的要素は、「信頼のネットワーク」を強固にする機能を持つと言える。

そこで、本項では、制度的要素として業界団体の機能に着目する。業界団体は、①情報交換の「場」、②成員間の「当事者意識」の醸成、③つながりを制度化する、④自らが位置する事業環境を整備する、という4つの機

能を持つ。Saxenian (1994:29) は、業界団体を「社会的対話のパターン (共通認識や慣習など) を作り出し、それを維持する機能がある」と論じている。さらに、Porter (1998:152) は、多くの中小企業で構成されるワイン産業の場合には、その立地の産業発展に貢献する業界団体が果たす機能が重要になると指摘している。以上の内容を踏まえた上で、図2に示されるように、北海道のワイン産業における2つの業界団体の機能について整理する。

図2 北海道のワイン産業の関連団体

同業者の	道産ワイン懇談会
交流支援	そらちワイナリー・ヴィンヤード連絡会議
販売支援	北海道経済部 食関連産業室
営農支援	北海道農政部 食の安全推進局
醸造技術	道総研 食品加工研究センター
栽培技術	道総研 中央農業試験場
営業機能	北海道ワインツーリズム推進協議会
政策立案	食クラスター連携協議体

(出所) インタビュー調査に基づいて筆者作成。

1984年に発足した道産ワイン懇談会は、道内のワイナリー15社で構成される振興組織である。道産ワイン懇談会は、北海道最大のワインイベントである「北を拓く道産ワインのタベ」を1993年以來開催し、道産ワインの品質向上と消費拡大に貢献している(北海道空知総合振興局・ズコーシャ,2012:170)。そのため、道産ワイン懇談会の主な役割としては、①道産ワインの品質向上と消費拡大を実現すること、②他のワイナリーとのネットワークづくりを促進すること、に集約される。

一方、2011年5月に発足したそらちワイナリー・ヴィンヤード連絡会議は、空知管内のワイナリー関係者による情報共有や意見交換(2011年5月と2012年3月に実施)を促進し、ワイナリー経営の課題解決に貢献する機能を持つ業界団体である。具体的には、KONDOヴィンヤードと歌志内太陽ファーム、ナカザワヴィンヤードと10Rワイナリーとのつながりを促進している。

クラスターに関する先行研究では、その形成過程において、様々な成員が「場」を通じて相互交流を行うことが産業発展に重要な要因であると考えられている。道産ワイン懇談会やそらちワイナリー・ヴィンヤード連絡会議のような交流支援機関は、技術者同士の公式および非公式な「顔の見える」対話を促進し、部分的信頼関係の構築に貢献する機能を果たしている。藤本・河口

(2010:86) は、同業者集団を「均質な規範的秩序や類似的知識を共有することで、漸進的革新 (incremental

innovation) を実現する役割を果たす」と主張している。また、北海道のワイン産業では、技術者が公式的な「場」だけでなく、非公式な特定のコミュニティに属していたことによって、信頼と情報共有規範を獲得する基礎的条件が整っていたと考えられる。

こうした考え方は、新制度派組織理論でも展開されている。新制度派組織理論の代表的な論者である DiMaggio & Powell (1983) は、「組織フィールド」という概念を用いて、一つの業界や産業としてのまとまりが形成されていくプロセスについて分析している。組織フィールドとは、ある共通の生産活動に関わる組織や機関が全体として構成する影響関係の「場」を意味し、組合団体や専門職団体、行政機関などを含まれる(佐藤・山田,2004:228)。

さらに、金井 (2005:17) は、地理的近接性と多様な「場」の存在が、ソーシャル・キャピタルを形成する要件であると論じている。そのため、制度的要素は、企業家が関係性を構築する「場」を提供することによって、産業コミュニティを形成し、ソーシャル・キャピタルの蓄積に貢献すると考えられる。そして、ソーシャル・キャピタルの蓄積によって、地域社会のネットワークを強化し、凝集的なコミュニティの創出や秩序形成に貢献することができるため、制度的要素は重要であると言える。

3. 分析結果のまとめ

本項では、ネットワークやコミュニティの生成・強化に関わる埋め込みの機能について、地縁関係と制度的要素という2つの側面から考察した。

まず、地縁関係について分析してみると、地域性が強いネットワークが形成されていると言える。Uzzi (1996,1997) によると、頻繁な「顔の見える」コミュニケーションは、濃密な情報交換に寄与すると述べている。また、Uzzi & Gillespie (2002) は、「埋め込まれた」社会的つながりや多様な制度の存在が、情報や知識などの無形資産の獲得に影響を与えると論じている。

筆者が実施したインタビュー調査によると、北海道のワイン産業では、日常的な交流を通じて、集団内凝集性を高める行動が散見された。すなわち、北海道のワイン産業では、個人間の接触と協力頻度の高さによって、社会的文脈の形成や埋め込みの強化を実現していると考えられる。したがって、地理的近接性に基づく「埋め込まれた」諸関係を強化する仕組みがクラスター形成において重要である。本稿の分析によると、埋め込みの強化を担う役割が制度的要素であると予測される。

次に、制度的要素について分析を行う。地域の企業家を中心としたネットワークの形成・連結させるためには、

成員間同士で相互作用するための機会を用意することが有効である。北海道のワイン産業では、同業者同士が、道産ワイン懇談会やそらちワイナリー・ヴィンヤード連絡会議などの「場」を通じて、強い紐帯⁹⁾の形成や職業的連帯意識の醸成を図っている。つまり、北海道のワイン産業における業界団体の機能は、人々の協働を促すものであると考えられる。社会ネットワークが強い紐帯を数多く持つ場合には、そこでのやり取りに多くの時間が費やされ、感情的な結合が強まるため、長期的に協働すると成果の出る経済活動において大きな意義を持つ(若林,2006,2009)。

また、Piore & Sabel (1984) の研究においても、産業集積内に埋め込まれた協力関係は、ソーシャル・キャピタルの蓄積につながることを示唆されている。そのため、情緒的なつながりや長年の付き合いといった強い紐帯は、コミュニティ内の信頼を高め、取引費用(取引相手との契約費用や不正行為を監視する費用など)の削減とソーシャル・キャピタルの蓄積を実現し、クラスター内のグレードアップに寄与する関係資源であると言えよう。特に、関係資源としての信頼関係は、地域社会において、機会主義的な行動を抑制し、長期的な互惠関係や協調関係を促進する機能を持つ(Ouchi,1981)。したがって、いかにしてコミュニティ内のネットワークを結びつけ、ソーシャル・キャピタルを蓄積するかが課題になる。

VI. 結論と今後の課題

1. 結論

本稿では、クラスター形成過程における埋め込みの機能と展開について論じた。近年、北海道のワイン産業は、地元食材との連携によるワイン・クラスター形成を促進する試みが行われており、ワイナリーやヴィンヤードの間で、協力関係が整備されつつある。

たとえば、Porter (1998) は、既存のネットワークを発展させる形でクラスターが生じる可能性が高いと論じている。実際に北海道のワイン産業では、地縁ベースのヒューマン・ネットワークを構築され、多様な主体が相互作用を行っている。Wenger *et al.* (2002:73) によれば、長期にわたる相互交流は、共通の歴史やコミュニティとしてのアイデンティティを生み出すと主張している。同様に、Polanyi (1957:81) も、社会的紐帯を維持する重要性を指摘している。このようなコミュニティの存在は、仕事のアイデンティティや帰属意識を築く軸となる(Cohen & Prusak,2001:99)。

また、Saxenian (1994:283) は、地域産業を盛り立てるためには、地域ネットワークの構築と発展を支える集団

としてのアイデンティティと信頼を育むことが必要であると指摘している。空知地方では、企業家同士が、仕事や生活を通じた関係構築が顕著であり、空知総合振興局による“つながり”を支援する体制が整備されている。こうした制度的要素の整備は、企業家活動を活性化させ、地域に根付いたネットワーク形成に貢献する。

以上をまとめると、クラスター形成過程における埋め込みの機能は、地域における地縁関係をスモールワールド化し、長期的で親密な協力規範と職業的連帯意識を醸成する。具体的には、業界団体のような制度的要素を通じて、公式的なネットワークの強化を行い、非公式なネットワークの構築をワイン造りに関する相談や地域内イベントへの参加によって、同業者の「スモールワールド化」を促進していることが判明した¹⁰⁾。しかしながら、Burt (2004) は、強い紐帯に基づくネットワークに埋め込まれた成員間では、頻繁な情報交換を通じて同じ情報が循環してしまう可能性が高いため、同一化の圧力が高くなると強調している。

さらに、道内では、地理的近接性が見られないワイナリーもあるため、有機的な連携を進めるためには、クラスター支援政策を意図的に展開する必要がある。したがって、今後は、既存の地縁関係や業界関係者のネットワークをリワイヤリングし、複数のコミュニティを架橋する「橋渡し役」を介して、ワイン・クラスター形成を実現していくことが求められると言えよう。

2. 今後の課題

本稿では、埋め込みの観点から北海道のワイン産業に対する事例研究を行ったが、最後に、残された課題について二つほど提示する。

第一に、北海道のワイン産業に関する課題である。北海道のワイン産業では、産学連携の重要性が叫ばれる中で、ワイナリー・ヴィンヤードを中心とした連携の取り組みは始まっているものの、まだ緒についたばかりである。北海道のワイン産業が抱える問題点としては、①ブランド力の確立、②安定した収量の確保、③ワイナリー設立に向けた資金的なハードル(初期設備投資の多さ)、④高度な研究機関の少なさ、⑤原産地呼称制度の不整備、などがあげられる。

第二に、埋め込みに関する課題である。Uzzi (1997:57) は、強連結・凝集的なネットワークが硬直化しやすく、革新しづらくなってしまふことを「過剰な埋め込み(overembeddness)」現象と呼んでいる。このように、スモールワールド・ネットワークのような近距離で閉鎖的な交流は、同様の情報共有を行う傾向があると同時に、

事業内容や技術、販路の固定化などのデメリットを含んでいる。そのため、「過剰な埋め込み」現象を引き起こさないためにも、いかにして「遠く」の世界に架橋して情報を獲得するかが課題になると言えよう(西口,2007:358)。

また、本稿で用いた埋め込みアプローチは、制度の生成・変更などの動的的分析にはそぐわないと考えられている。そのため、「埋め込まれたエージェンシーのパラドクス」などの諸課題を考察するには、新制度派組織理論を応用したアプローチが今後の調査研究では求められると考えられる。

註

- 1) 文脈 (context) とは、物事やデータが置かれた状況・環境との関係性である(野中,2011:10)。Scott (1998:216)によると、文脈は時とともに変化し、ある特定の文脈の中で組織や比較的広い組織システムが発達・機能している場合、その文脈は組織に影響を与えると述べている。近年では、企業家活動は、文脈の変化を引き起こす効果があると考えられている。
- 2) そのため、企業家の結びつきは地域資源と言える。
- 3) 相原・秋庭 (2006:69)によると、企業家が社会に埋め込まれる過程は、①地域の社会構造の性質を理解する、②現行の社会構造に働きかけ、新しい結びつきをつくる、③結びつき、社会構造を維持していく、という3つから成立すると言う。
- 4) また、知識や助言、サポートなどを得る場合には、(地域の社会的文脈に埋め込まれることや)企業家自身が地元の人々に認知・信頼されている必要がある(相原・秋庭,2006:69)。
- 5) 暗黙知とは、個人の技能の中に埋め込まれており、熟達者が持つ知識・スキルのことを指す(松尾,2006:20)。特に、高質の経験は、人間の感性を磨き直観力を高め、豊かな暗黙知の形成を促進する。
- 6) 集団的アイデンティティとは、共同体の一員であるというアイデンティティを相互規定することを意味する(Saxenian,1994)。たとえば、シリコンバレーでは、集団的アイデンティティとして、長期的な協力規範や社会的制裁のメカニズムが共有されている。清成 (1995:10) は、「集団としてのアイデンティティ」が存在することによって、企業間のインフォーマルな交流が活発になり、ライバルの間でも協力関係が生じると主張している。
- 7) 場とは、人々の間に情報的な相互作用がおきるコンテキストである(伊丹,1991:12)。場の内部、あるいは近い場同士においては、参加者間に緊密な相互作用が行われ、暗黙知が共有される可能性が高い(野中・遠山・平田,2010,75)。金井 (2003:67) も同様に、多様な主体が「場」を通じて、相互作用を行うことで、諸関係の活性化を実現できると述べている。
- 8) 稲垣 (2003:248)によれば、オーナー企業は、環境に埋め込

まれることによって、事業を創造すると述べている。

- 9) 強い紐帯(埋め込まれた紐帯)とは、信頼関係に基づいて高い頻度で取引が行われている状態を指す。
- 10) 信頼関係は、地縁関係の有無にかかっているが、地縁関係があれば自動的に信頼が得られるわけではなく、商売を持続させるために、一定の努力や資源の投入がなされる必要がある(西口,2007:367)。

参考文献

- [1] 相原基大・秋庭太 (2006) 「企業家ネットワークに関する経験的研究の現状と展望」『経済学研究』第56巻第1号,pp.57-75.
- [2] Bestor,T. (2004) *TSUKUJI: The Fish Market at the Center of the World*, The University of California Press. (和波雅子・福岡伸一訳『築地』木楽舎,2007年.)
- [3] Burt,R.S. (2004) “Structural Holes and Good Ideas,” *American Journal of Sociology*,110(2),pp.349-399.
- [4] Coleman,J.S. (1988) “Social Capital in the Creation of Human Capital,” *American Journal of Sociology*,94,S95-S120.
- [5] Cohen,D. & L.Prusak (2001) *In Good Company*, Harvard Business School Press. (沢崎冬日訳『人と人の「つながり」に投資する企業』ダイヤモンド社,2003年.)
- [6] DiMaggio,P.J. & W.Powell (1983) “The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields,” *American Sociological Review*,48,pp.147-160.
- [7] 藤本昌代・河口充勇 (2010) 『産業集積地の継続と革新—京都伏見酒造業への社会学的接近—』文眞堂。
- [8] Granovetter,M.S. (1985) “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness,” *American Journal of Sociology*,91,pp.481-510.
- [9] 北海道果樹百年史編集委員編 (1973) 『北海道果樹百年史』北海道百年事業会。
- [10] 北海道果樹百二十年編集委員会編 (1992) 『北海道果樹百二十年史』北海道果樹協会。
- [11] 北海道空知総合振興局・ズコーシャ (2012) 『平成23年度醸造用ぶどうと空知産ワインの振興に係る基礎調査』北海道空知総合振興局報告書。
- [12] 稲垣京輔 (2003) 『イタリアの起業家ネットワーク—産業集積プロセスとしてのスピノフの連鎖—』白桃書房。
- [13] 稲垣京輔・高橋勅徳 (2011) 「産業クラスター形成における地理的近接に基づく関係構築プロセス」『組織科学』第44巻第3号,pp.21-36.
- [14] 伊丹敬之 (1991) 「ネットワーク・マネジメントの枠組み」『組織科学』第24巻第4号,pp.10-18.
- [15] 影山将洋・徳永澄憲・阿久根優子 (2006) 「ワイン産業の

- 集積とワイン・クラスターの形成：山梨県勝沼地域を事例として』『フードシステム研究』第12巻第3号,pp.39-50.
- [16] 金井一頼 (2003) 「クラスター理論の検討と再構成—経営学の視点から」石倉洋子・藤田昌久・前田昇・金井一頼・山崎朗『日本の産業クラスター戦略』有斐閣。
- [17] 金井一頼 (2005) 「産業クラスターの創造・展開と企業家活動—サッポロ IT クラスター形成プロセスにおける企業家活動のダイナミクス—」第38巻第3号,pp.15-24.
- [18] 加藤厚海 (2009) 『需要変動と産業集積の力学』白桃書房。
- [19] 鹿取みゆき (2011) 「日本ワインガイド：純国産ワイナリーと造り手たち」虻有社。
- [20] 清成忠男 (1995) 「地域と企業間組織—工業集積を中心に—」『組織科学』第29巻第2号,pp.4-24.
- [21] 松尾睦 (2006) 『経験からの学習』同文館出版。
- [22] 中野勉 (2011) 『ソーシャル・ネットワークと組織のダイナミクス—共感のマネジメント—』有斐閣。
- [23] 西口敏宏編 (2003) 『中小企業ネットワーク』有斐閣。
- [24] 西口敏宏 (2007) 『遠距離交際と近所づきあい』NTT出版。
- [25] 西川太一郎 (2008) 『産業クラスター政策の展開』八千代出版。
- [26] 野中郁次郎・遠山亮子・平田透 (2010) 『流れを経営する—持続的イノベーション企業の動態理論』東洋経済新報社。
- [27] 野中郁次郎 (2011) 「イノベーションを持続するコミュニティをつくる」『一橋ビジネスレビュー』第59巻第1号,pp.6-23.
- [28] Ouchi,W.G. (1981) *Theory Z*, Reading, Mass: Addison-Wesley.
- [29] Piore,M.J. & C.F.Sabel (1984) *The Second Industrial Divide*, Basic Books Inc.
- [30] Polanyi,K. (1957) *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*, Tuttle-Mori Agency Inc. (野口建彦・柘原学訳『新訳 大転換』東洋経済新報社,2009年。)
- [31] Porter,M.E. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press. (土岐坤・小野寺武夫・中辻万治・戸成富美子訳『国の競争優位 (上)』ダイヤモンド社,1999年。)
- [32] Porter,M.E. (1998) *On Competition*, Harvard Business School Press. (竹内弘高訳『競争戦略論II』ダイヤモンド社,1999年。)
- [33] Putnam,R.D., R.leonardi & R.Nanetti (1993) *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press. (河田潤一訳『哲学する民主主義』NTT出版,2001年。)
- [34] Putnam,R.D. (2000) *Bowling Alone: The Collaspe and Revival of American Community*, Simon & Schuster. (柴内康文訳『孤独なボウリング』柏書房,2006年。)
- [35] 斉藤修 (2007) 『食料産業クラスターと地域ブランド—食農連携と新しいフードビジネス—』農林漁業文化協会。
- [36] 坂田一郎・梶川裕矢 (2009) 「ネットワークを通して見る地域の経済構造—スモールワールドの発見」『一橋ビジネスレビュー』第57巻第2号,pp.66-79.
- [37] 佐藤郁哉・山田真茂留 (2004) 『制度と文化—組織を動かす見えない力』日本経済新聞社。
- [38] Saxenian,A.(1994) *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*,Harvard University Press. (大前研一訳『現代の二都物語』講談社,1995年。)
- [39] Scott,W.R. (1995) *Institutions and Organizations*, Sage Publications. (河野昭三・板橋慶明訳『制度と組織』税務経理協会,1998年。)
- [40] Uzzi,B (1996) “The Sources and Consequences of Embeddedness for Economics Performance of Organizations: The Network Effect,” *American Sociological Review*,Vol.61,No.4,pp.674-698.
- [41] Uzzi,B (1997) “Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness,” *Administrative Science Quarterly*,42,pp.35-67.
- [42] Uzzi,B. & J.J.Gillespie (2002) “Knowledge Spillover in Corporate Financing Networks: Embeddedness and The Firm’s Debt Performance,” *Strategic Management Journal*,23(7),pp.595-618.
- [43] 若林直樹 (2006) 『日本企業のネットワークと信頼—企業間関係の新しい経済社会学的分析—』有斐閣。
- [44] 若林直樹 (2009) 『ネットワーク組織』有斐閣。
- [45] Wenger,E., R.McDermott & W.M.Snyder (2002) *Cultivating Communities of Practice*, Harvard Business School Press. (櫻井裕子訳 (2002) 『コミュニティ・オブ・プラクティス—ナレッジ社会の新たな知識形態の実践—』翔泳社。)
- [46] 山倉健嗣 (1993) 『組織間関係』有斐閣。
- [47] 山本博 (2008) 『山梨県のワイン』ワイン王国。

Abstract

The purpose of this paper is to examine the function and development of embeddedness in the building-up process of the cluster. The case study will analyze the wine cluster in Hokkaido from the view point of embeddedness in the building-up process.

Our research identified that the existence of institutional factors had positive effect on the building-up process of the wine cluster. In particular, the existence of institutional factors will contribute to establish strong community-based relationships and small-world networks. Thus, it was observed that the existence of institutional factors reinforced the function of embeddedness in the cluster and contributed developing relationships of mutual trust and social capital.