

**No.168**

ワイン産業における企業家コミュニティ  
ー北海道と山梨県の比較事例研究ー

長村 知幸

January 2015

Otaru University of Commerce



# ワイン産業における企業家コミュニティ 北海道と山梨県の比較事例研究

小樽商科大学専門研究員  
長村 知幸

## 要旨

本稿の目的は、ワイン産業における企業家コミュニティを考察することである。日本のワイン産業は、長い歴史を持つものの、国際的には広く知られていない。2000年以降、日本のワイン産業は、政策展開やワイナリーの技術力向上によって急速な発展を遂げてきた。そこで、本稿では、北海道と山梨県のワイン産業の比較事例研究を行う。本稿の事例研究では、道産ワイン懇談会や山梨県ワイン酒造組合を通じて、企業家同士が職業的なつながりを形成し、切磋琢磨が促されてきたことが明らかになった。したがって、ワイン産業における企業家コミュニティは、他者の経験や知識を学び、当該地域での非公式な関係構築に貢献しているため、ワイン産業の成長に重要な役割を担っていると言える。

キーワード：ワイン産業，企業家コミュニティ

## Abstract

The purpose of this paper is to examine entrepreneurs' community in Japanese wine industry. Japan has a long history in winemaking. However, it is recognized in the world. Since the 2000s, Japanese wine industry has developed rapidly as a result of new policies and technological upgrading in local wineries. We conducted some research in two areas, Hokkaido and Yamanashi.

We applied comparative case study approach. We used sources, such as case histories, company web sites and TV documentary. During 2011-2015, qualitative data were collected from a total of 46 in-depth interviews with key actors in the wine industry in Hokkaido and Yamanashi. Specifically, we interviewed wine industry participants, such as grape growers, the general managers of small wineries, trade associations, research institutions and government within the wine industry.

In these cases, we found that the important role of institutional factors and entrepreneurs' community in wine industry. In particular, our research identified that entrepreneurs' networks enhance to exchange knowledge within various players, and it play an important role in the development of the wine industry. In conclusion, entrepreneurs' community has a positive effect to learn other member's experience and to upgrade organizational capabilities and firm's competitiveness. Our future research will try to examine entrepreneurs' community in the building up process of cluster in Japanese wine industry.

Key words: Wine Industry, Entrepreneur's Community

## 1 はじめに 問題意識と本稿の貢献

本稿の目的は、ワイン産業における企業家コミュニティを考察することである。本稿の分析対象である北海道と山梨県は、日本国内のワイナリー集積地として知られている。これらの地域では、1868 (明治元) 年から明治政府によって開始された殖産産業政策を発端とし、同時期にワイン生産が開始されている。特に、江戸時代から生食用ブドウの栽培が行われていた山梨県と、冷涼な気候が適地と考えられた北海道では、西洋系品種のブドウ栽培が積極的に奨励されてきた。北海道は、わが国を代表する山梨県と並んで歴史的にも古く、醸造用ブドウの生産量で全国二位を誇っている<sup>1)</sup>。一方、山梨県は、わが国におけるワイン造りの発祥地であり、全国トップクラスのワイン工場数と 800 年に及ぶ甲州ブドウの歴史的優位性を持つ。このように、日本のワイン産業は、長い歴史を持つものの、国際的には広く知られていない。

しかしながら、2000 年以降、日本のワイン産業は、政策展開やワイナリーの技術力向上によって急速な発展が遂げられてきた。この背景には、企業家コミュニティが重要な役割を担ってきたと考えられる。国内のワイン産業は、規模が小さく、活動する企業家が限定的であるため、競争姿勢よりも協調姿勢が強い傾向がある。そのため、企業家は、共通のバックグラウンドや経験を基づいて、信頼関係を構築している。

そこで、本稿では、北海道と山梨県のワイン産業の比較事例研究を通じて、企業家コミュニティの機能を考察する。本稿の貢献は、これまで経営学であまり調査されていないワイン産業を対象として、数多くの証言 (46 名) に基づいてその世界で起こっている事柄を浮き彫りにした点にある。

本稿の構成は、以下の通りである。まず、第 2 節では、先行研究を検討し、本稿の分析枠組みを提示する。第 3 節では、研究の方法について記述する。第 4 節では、北海道と山梨県の事例研究を行う。第 5 節では、前節の事例研究を踏まえて、両者の共通点や相違点に関して考察する。最後に、第 6 節では、結論と今後の課題について述べる。

## 2 先行研究の検討と分析枠組み

1980 年代以降、地域競争力に関する研究は、イノベティブ・ミリュー (Camagni,1991)、学習地域 (Ashiem,1996)、集合的学習 (Lawson & Lorenz,1999)、地域イノベーション・システム (Cooke,2001) などの多様な概念が提示されてきた。これらの研究では、新しい知識を創造する「埋め込まれた学習」やネットワークの重要性が指摘されている。つまり、地域競争力に関する研究では、多様なアクター間の集合的学習やイノベーションを生み出す地域的要因に着目している。特に、当該地域でのイノベーション・プロセスでは、「企業のイノベーションを支援するソフトな基盤構造」がガバナンスとして重要な役割を果たすと考えられている (Camagni,1991; Keeble & Wilkinson,1999)。そのため、地域経済の発展パターンを考察する上では、ガバナンス構造への着目が不可欠である。

## 2.1 実践共同体とは何か

実践共同体 (Communities of Practice) は、学習の理論として発達してきた概念である。実践共同体は、「あるテーマに関する関心や問題、熱意などを共有し、その分野の知識や技能を、持続的な相互交流を通じて深めていく人々の集団」と定義される (Wenger, McDermott & Snyder, 2002: 訳書 33 頁)。また、Brown & Duguid (1991) は、実践共同体を、仕事と学習およびイノベーションを連結する存在として捉え、非公式な交流によって、イノベーションが生じると指摘している。つまり、実践共同体の概念は、非公式かつ自発的な専門家同士の集合的実践に着目している。具体的には、多様なアクターが交流することで、継続的な実践を通じたアイデンティティや規範を形成することで、地域レベルでの学習や人材育成を促進する機能を持つ。

上で述べたように、実践共同体は、共通の専門スキルを前提として非公式に結びついた専門家集団であり、専門家集団としての学習共同体の意味合いを持つ。実践共同体は、お互いの仕事・活動場所の近接性、共通の言語とバックグラウンドを背景として形成される。基本的には、文化的ルールに基づく組織間協調により成立しているが、ルールを破った場合、社会的制裁が加えられるため、ギブ・アンド・テイクの関係が存在する。

また、実践共同体には、会議、ワークショップ、プロジェクト活動など様々な形態が存在する。企業家は、実践共同体に参加し、何気ない対話や濃密な議論を通じて、厄介な問題を解決する傾向がある。こうしたバズ (Buzz) は、既知の仲で行われ、知識移転を促進することが一般的である (Bathelt, Malmberg & Maskell, 2004; Feldman, Francis & Bercovitz, 2005; Maskell, Bathelt & Malmberg, 2006; Storper & Venables, 2004)。そして、職場外で得られた知識を所属企業で応用することによって、製品の質的向上に大きく寄与する。

以上をまとめると、実践共同体への参加を深め、特定のトピックについて議論することで、技能伝承やキャリア形成を促進する役割を持つ (Lave & Wenger, 1991; Wenger *et al.*, 2002)。そして、次第にその活動に熟達することで、その一員としてのアイデンティティを形成・発達させる。したがって、実践共同体は、地域内学習と知識共有を促進し、知識創造によるイノベーションのきっかけになるため、地域の内発的発展に貢献する。

## 2.2 集合的学習の概念

集合的学習は「個人間で共通のルール、規範などを共有し、問題解決を実現するために、新しい知識を創造・蓄積する社会的プロセス」と定義される (Capello, 1999)。集合的学習に関する研究は、GREMI による地域発展における学習プロセスの研究が有名である。この研究では、ケンブリッジ学派によるローカルネットワークにおける集合的学習プロセスに関する調査が行われた。イギリスのケンブリッジは、企業家のスピノフ、企業間ネットワークと頻繁な相互作用を中心とした情報フローによって特徴づけられる。これらの要因によって、ケンブリッジの中小企業は、技術力が向上し、集合的学習能力を高めている (Keeble, Lawson, Moore & Wilkinson, 1999)。つまり、集合的学習は、地域労働市場における

高度に熟練した労働力の流動性によって発生する要素， 既存の企業や大学および公的研究機関からのスピノフに依拠する要素， 中小企業のネットワークに由来する要素， を通じて発生すると言える (Keeble & Wilkinson,1999) .

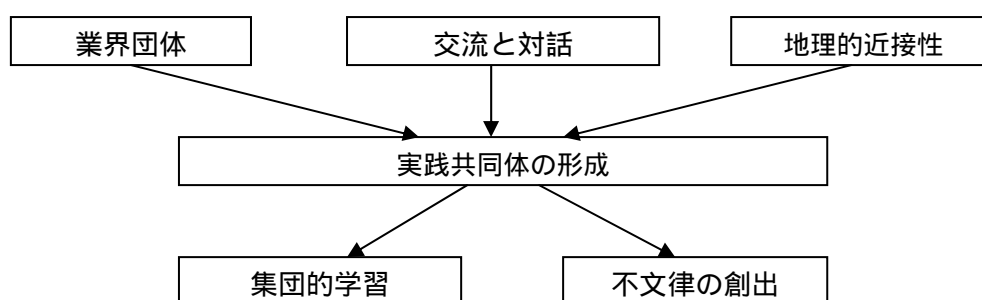
また，集合的学習プロセスでは，当該地域におけるセミナーや教育プログラムへの参加することで，様々なアクターとのクローズドなリンケージを発展させる．特定地域における文化的・制度的・社会的構造の中で，多様なアクターが同所化された学習を行うことによって，知識移転を実現させている．集合的学習プロセスでは，当該地域の企業家は，個人間における共通の知識や信頼関係を前提として，共通の文化的価値を共有し，様々なアクターとの交流を行うことで，企業競争力を向上させる (Ceci & Iubatti,2012; Ter Wal & Boschma,2011) .つまり，集合的学習は，共通の文化や言語を背景とした特定のアクターとの頻繁なコミュニケーションを通じて，地域的ケイパビリティを生成するために，技術的な知識を交換し，彼らが直面する技術的問題を解決する一連の行動から実現される．

### 2.3 理論的問いと分析枠組み

上でみたように，実践共同体は，各セクター間を越えた様々な企業家との触媒的な役割を果たすと考えられている．既存研究では，地域内で様々な団体やネットワークが形成され，実践共同体として地域経済の発展に大きな役割を果たすことが明らかになっている．

しかしながら，全ての地域で業界団体やネットワークが実践共同体として機能している訳ではなく，業界団体は，実質的には行政などとの連絡窓口や親睦団体にすぎないことも多く存在する．そこで，本稿では，「北海道と山梨県のワイン産業において，業界団体やネットワークがいかにして実践共同体として機能しているか」という問いを設定する．

図 1 本稿の分析枠組み



出所：筆者作成．

ワイン産業における実践共同体は，図 1 に示されるように， 業界団体における交流，メンバーの仕事に関する学習を目的とする自主的なインフォーマル・グループ， 個人的な付き合いを通じたワイナリー間の行き来，に分類される．後者になるほど，メンバー間の信頼関係は濃密になる．こうした相互交流を通じた学習は，実践共同体の再生産・発

展に貢献すると考えられる。

### 3 研究の方法

#### 3.1 なぜ、ワイン産業か

まず、事例選定理由について言及する。本研究で分析対象とするワインは、わが国における経営学の分野で地域産業としての研究蓄積が浅い。ワインは、世界で最も古い製品の1つであり、自然資源依存型の製品であることから、地域特性に強く左右される性質を持つ。これまで経営学の分野であまり焦点が当てられてこなかったワイン産業を取り上げ、詳細な分析を行うことによって、理論的貢献が期待できる。このような理由から、本研究では、ワインを選定した。

#### 3.2 北海道と山梨県の構造的特徴

ここで、北海道と山梨県のワイン産業の構造的特徴について言及する。まず、北海道のワイン産業は、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、国産原料ブドウの品質の高さ（香りと酸に大きな特徴を持つドイツ系品種のケルナーやピノ・ノワールの存在）、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点によって特徴づけられる。

1990年後半には、醸造学科を卒業した技術者が流入し始め、その知識や技術を自身のワイン造りに反映するとともに、自社畑の拡大や改植を進めることで、ワイン産業全体としての醸造技術が高くなり始めた。2000年以降、北海道には、世界や国内の醸造技術が次々と運び込まれたことによって、良質なブドウを使った技術力を高いワイン製造へと標準化されるようになった。これは、北海道のブドウが他県のものよりも優秀なワインを製造できることが道外ワイナリーの技術者に知れ渡ったために、入植者が多く、2015年現在では、29社まで急増している。新たに設立されたワイナリーは、自社畑でのブドウ栽培に注力し、ブドウ栽培の集約化や新品種の導入・栽培技術に伴った生産性を向上させている。このように、有能な醸造家を誘引し、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。

次に、山梨県のワイン産業について言及する。山梨県では、血縁関係に基づいた技術継承の分厚さ、相互監視の強さ、によって特徴づけられる。山梨県は、古くから原料ブドウの産地化が進展した地域であり、国内の約3割のワインを生産している。特に、山梨県の勝沼地域は、甲州種の主力産地であり、日本のワインの歴史において重要な役割に担ってきた。山梨県で主流の棚仕立方式には、垣根仕立方式よりも個人の「技」を競う傾向が強く、ブドウ栽培農家としてのプライドが醸成されてきた。そのため、山梨県のワイン産業は、ブドウ栽培とワイン醸造の分業という点で大きな特徴を持つ。両者の差異が生まれた経緯としては、明治初期に、ヨーロッパ系ブドウ品種とアメリカ系ブドウ品種を植えた点に起因している。19世紀後半に、世界を席卷したフィロキセラによって、ヨーロッパ

系ブドウが全滅の危機に瀕し、アメリカ系品種のみが生き残った。そのため、一度、産業が途切れてしまったため、山梨県と比較して企業家グループの厚さでは見劣りがある。

また、北海道では、良いブドウを自社で育成することが多い一方で、山梨県では、良いブドウの取り合いという構造的差異がある。これは、新興産業と古参産業という明確な構造的差異に起因するものであり、開発の余地があるか否かによるものである。このような理由から、北海道では、新たな企業家の参入が顕著になっている一方で、山梨県では、技術継承に関する分厚さという側面で特に際立った相違点がある。以上で論じたように、北海道と山梨県のワイン産業では、企業家グループの層の厚さについて異同点がある。

### 3.3 事例研究法

本稿では、1次データ（インタビュー調査）と2次データ（文献調査）の情報収集を行った。北海道と山梨県のワイナリー、ヴィンヤードや行政機関の関係者に対して、インタビュー調査を実施し、1次データを収集した。

表1に示されるように、2011年5月～2015年1月の期間、企業レベルの分析対象として10社、産業レベルの分析対象として業界団体・行政機関35社、の関係者46名にインタビュー調査を実施した。インタビュー時間は、1回当たり2時間程度である。

表1 インタビュー対象者

ワイナリー	業界団体・行政機関
北海道ワイン株式会社	道産ワイン懇談会
有限会社鶴沼ワイナリー	ワインクラスター北海道
オチガビワイナリー	食品加工研究センター
さっぽろ藤野ワイナリー	農業改良普及センター
八剣山ワイナリー	道総研 中央農業試験場
宝水ワイナリー	北海道空知総合振興局
余市ワイナリー	余市町役場
登醸造	北海道経済連合会
富良野市ぶどう果樹研究所	北海道庁（経済部・農政部）
シャトー勝沼	山梨県庁
	山梨県ワインセンター
	山梨県果樹試験場
	山梨県ワイン酒造組合 他
計 10 社	計 36 社

出所：筆者作成。

インタビュー調査内容は、質問項目を調査先に送付した後、調査当日、調査対象者の語



りに合わせて聞き取りを行う半構造化インタビューに近いスタイルを取った。調査対象者に対するインタビューは、筆者の詳細なフィールドノートに基づいて記録をまとめ、インタビューにおける証言を重要なデータとして取り扱った。場合によっては、同一人物に対する再調査、電話やメールでの確認（収穫や仕込みなど繁忙期で面談することが困難な場合）を通じて、データの正確性向上を追求する努力を行っている。また、本稿の文献調査は、EBSCO HOST や Science Direct を使用し、経営学の主要ジャーナル（e.g. Administrative Science Quarterly, Academy of Management Review, Academy of Management Journal, Research Policy, Regional Studies, European Planning Studies など）を精査した。

## 4 事例：北海道と山梨県の比較研究

### 4.1 北海道のワイン産業における実践共同体

#### (1) 道産ワイン懇談会の概要

本稿では、実践共同体の形成に貢献した団体として道産ワイン懇談会に着目する。道産ワイン懇談会は、1984年に設立され、当初、5社（北海道ワイン株式会社、富良野市ぶどう果樹研究所、池田町ブドウ・ブドウ酒研究所、余市ワイナリー、はこだてわいん）で構成されていた。道産ワイン懇談会は、技術者同士のパーソナルな体験談を交換し、ワイン造りに関連した問題を解決する役割を持つ。例えば、新しい醸造資材のデモンストレーションを行うことで、最新の醸造設備に関する情報を得られるという利点がある。富良野市ぶどう果樹研究所では、道産ワイン懇談会を通じて、道内ワイナリー（北海道ワイン株式会社や池田町ブドウ・ブドウ酒研究所など）と醸造・栽培に関する情報共有を行い、ブドウ栽培やワイン製造に役立てている。そのため、道産ワイン懇談会は、会員同士が教え、教わる関係の構築と交流の「場」として機能してきたと考えられる。

平成初頭には、道産ワイン懇談会と農業改良普及センターが実施主体となり、余市町で栽培講習会を行っている。石狩農業改良普及センターの佐々木徳雄氏（2013年9月14日の証言）によれば、「小規模ワイナリー<sup>2)</sup>（山崎ワイナリー、宝水ワイナリーなど）は、1989年頃から、ワイナリーを設立するために、道産ワイン懇談会が余市町で開催した栽培講習会に参加し、そこで得た知識を自社畑で試しながら、ブドウ栽培技術を習得した」とインタビュー調査で語っている。その結果、後志地方では、道産ワイン懇談会が二人三脚による講習会を実施することによって、当該地域の技術力向上の一端を担ってきた。

上でみたように、道内のワイナリーは、道産ワイン懇談会を通じて、醸造・栽培に関する情報共有を行い、自社の栽培やワイン製造にそれらの情報を役立てている。亀淵雅彦所長（富良野市ぶどう果樹研究所）は、「道産ワイン懇談会が設置されたことによって、オープンな横のつながりを作れたことが大きな利点であった」と語っている。

一方、道産ワイン懇談会では、ここ10年ほどで小規模ワイナリーの加盟が増えたことによって、プレイヤー間の温度差が生じるようになった。その理由としては、道産ワイン懇談会として取り組まなければならない事案には、販促費を出さなければならないが、小規

模ワイナリーの場合は、あまり自己負担したい所がないため、温度差が生じ、技術者の交流のあり方も変わりつつある。さらに、道産ワイン懇談会には、加盟しても年会費に値するだけのリターンが見出すことができないため、加盟していないワイナリーが多く存在する。

### (2) 道産ワイン懇談会技術者の会

道産ワイン懇談会には、技術者の会と呼ばれる技術者団体がある。技術者の会では、メンバーの懇親、栽培技術および生産性の向上を目的として、栽培技術講習会やワインセミナー、自主勉強会が実施されている。栽培技術講習会では、ワイナリーの畑に行き、仕立て、手入れのやり方を確認しながら、情報交換を行う。ワインセミナーや自主勉強会では、流行のテーマについて、外部講師を招き、座学を行うことが多い。換言すると、技術者の会は、「ワイン造りへの情熱」を共有した技術者仲間であり、有志のメンバーが参加している。また、技術者の会では、参加者が自分の造った酒を持ち寄って開かれる場合やワイン造りの成功・失敗事例を紹介する。具体的には、ワイナリーで抱える共通課題の共有、栽培・醸造技術に関する意見交換を通じて、専門家集団の間で特有のアイデンティティを形成する。技術者の会は、実践共同体の性格を有し、ワイン造りの情報交換を通じた人材育成が行われている。このように、道産ワイン懇談会技術者の会は、技術者同士の「顔の見える」対話を促進し、少数で固定的な専門家集団をとりまとめる機関としての役割を果たしている。

### (3) 道内ワイナリーの交流

筆者が行ったインタビュー調査によると、普段は、当該地域内で、技術者同士は、「顔の見える」コミュニケーションを通じて、技術に関する情報交換を行っていることが判明した。良質で安価な土壌の存在という地理的要因によって、若い技術者が新たなワイナリーやヴィンヤードを開設している事例が増加しているものの、実地経験が浅い技術者もいるため、ある特定のワイナリーに行き、指導を仰ぐことも多い。例えば、ナカザワヴィンヤードの中澤一行氏は、10R ワイナリーに委託醸造しており、収穫後、初めの仕込み作業は中澤一行氏も一緒に行い、醸造方法から最後のブレンドまで、10R ワイナリーと意見交換を行いながら進めていく。このように、現状では酒造免許を持たないが、将来のワイナリー建設を目指した新規参加者が移住し、自身のヴィンヤードで育てたブドウを委託醸造によって誕生するケースも増えている。ワイナリーの技術者は、ワイン造りに対する哲学やこだわりを持ち、いかに個性を出すかという点に誇りを持っている。そして、共鳴した企業家同士が相互にリスペクトを持って、産業全体の技術力を向上させるものと予測される。

しかしながら、道内ワイナリーの交流としては、直接的な影響はないものの、機械導入のキッカケになる間接的な影響を与えてくれる。富良野市ぶどう果樹研究所の亀淵雅彦所長によると、「PP キャップ仕様に変えようと考えた際、北海道ワイン株式会社に行き、変え

るときの注意点やディスカッションを行うことでなるべくスムーズに導入できるように助言をもらった」と述べている。

また、業界団体である道産ワイン懇談会の会員であることや大学の同窓生であることに起因して、地域間連携がある。例えば、道産ワイン懇談会は、後志地方の余市ワイナリー（園田稔氏）と空知地方の山崎ワイナリー（山崎亮一氏）の技術者をつなぐパイプ管になっている。これは、双方ともに東京農業大学の卒業生であったことも起因し、大学の卒業生のネットワークによる非公式な学習システムは、先行研究でも指摘されており、業界団体は、地域間交流を促進する機能を持っていると言えよう（Saxenian,1994; Feldman *et al.*,2005）。

#### (4) 道産ワイン懇談会のプロジェクト

2013年4月からは、北海道ワインぶどうブランド力強化事業の一環として、栽培評価検討会を開催している。これは、ピノ・ノワールの栽培試験結果に基づく地域導入を検討しているものであり、道産ワイン懇談会のワイナリーはほとんど参加している。このように、道産ワイン懇談会では、産地ブランドの確立に向けて、長期的なイノベーション・プロジェクトに取り組んでいる。

#### (5) まとめ

以上で論じたことをまとめると、道産ワイン懇談会を通じて、栽培・醸造技術に関する情報を交換することで、他社の技術ノウハウの理解を促されてきた。特に、ワイナリー視察を通じた他社の技術ノウハウの吸収や道産ワイン懇談会技術者の会での研修を通じて、学習効果を楽しんでいる。つまり、ワイナリーの組織間関係が戦略的に構築されることによって、1990年後半以降、北海道がワイン産地として台頭してきたと考えられる。

### 4.2 山梨県のワイン産業における実践共同体

1955年に、県内ワイナリー76社（2012年5月末）が加盟する山梨県ワイン酒造組合が発足している。山梨県ワイン酒造組合は、業界内の連絡や介入などの業務を通じて、県内で大きな役割を果たしている。特に、山梨県ワイン酒造組合の技術部会・若手醸造家会は、ワイナリーと山梨県ワインセンターとの連携を促し、原料部会では、JAと山梨県果樹試験場との連携を促進している。また、山梨県庁や山梨県ワイン酒造組合では、山梨県産ワインの市場競争力を高めるために、「山梨ブランドの創出」「産地ブランド力の強化」などの政策を展開している。このように、山梨県ワイン酒造組合は、ブランド力向上に取り組んでいる。山梨県のワイナリーは、税務署との関わりあいがかかなり強く、定期的に税務署と例会を開いて酒税やワイン関係上の連絡を、月に1回は必ず取り合っている。特に、勝沼地域では、ワイン醸造技術に関する講習会（山梨県ワインセンター主催の講演会、山梨大学の研究者が成果報告を行う山梨大学甲府ワインセミナー）、品評会（醸造家10名程度のメンバーが集まって月1回開催される火曜会、山梨県ワイン酒造組合、山梨県ワイン

センターや山梨県果樹試験場などの研究機関が開催する山梨県ワイン鑑評会など)が定期・不定期に行われている。この地域では、技術者は地理的に近いこと、色んな情報交換が容易であり、ワイナリー間の連携を通じて技術面での学習効果を獲得している。

2001年度からは、山梨県ワイン酒造組合は、県産ワイン統一マークを作成した。さらに、2006年度から、山梨大学ワイン科学研究センターは、山梨県庁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。

以上の事柄を通じて、山梨県内のワイナリーのレベルは、格段に向上している。特に、甲州ワインの品質向上が著しく、これは、大手ワイナリーが開発した技術を山梨県内の中小ワイナリーにフィードバックしたことが大きい。さらに、ワイナリーに勤める技術者が、海外研修で学んだノウハウを自社のワイン製造に活かしていることが品質向上の一端を担っている。たとえば、複数のワイナリーや行政機関が参加する山梨県ワイン鑑評会や甲州市ワイン品質審査会での交流およびナパ・バレーやボルドーに研修に行くことによって、山梨県における技術力向上に大きく貢献している。

また、勝沼地域には、アサンブラージュという山梨県の若手醸造家(社長の息子)たちが「より上質なワインを造りたい」という目的の下に集まった共同組織があり、不定期に活動を行っている。こうした自発的なコミュニティが、山梨県のワイン産業を支えており、歴史的経緯の中で技術伝承が行われてきた要因の1つになっている。

## 5 考察

### (1) 北海道のワイン産業

北海道では、非常に寒冷な池田町でワインを造れるのであれば、他の土地(ex. 余市町など)でも、もっと良いものができるのではないかと関係者の間でワイン製造に対する期待が高まったことによって、ワイン造りが盛んになった。1990年以降に参入してきた中澤一行氏(ナカザワヴィンヤード)、近藤良介氏(KONDO ヴィンヤード)などは、ワイン好きが講じて作り始めた技術者が多く、家族経営によるワイナリーが集積している。

北海道のワイン産業では、地縁関係に基づいて同業者同士が道産ワイン懇談会を通じた他社の技術ノウハウの吸収や「集団としての技術進歩(collective technological advance)」を実現している。たとえば、近隣のワイナリーと、できたワインを飲み比べてその違いを味わい、他社の作ったワインの試飲や製造方法について情報交換を行っている。ワイン造りの思想で共鳴した醸造家同士がお互いに個性を認めることで、「勉強会」「定期的な飲み会」「メーリングリストでの連絡」を活用した相談を積極的に行われている。

このように、お互いが造ったワインを批評し、地縁関係による非公式な相談や技術交換によって、「顔見知りの技能者集団」を形成している。特に、ベテラン技術者から若手技術者に対する技能伝承を行うことで、当該産地におけるワイン造りの技能向上や実践共同体の活性化などの効果が見込まれる。

また、後志地方では、原料としての資源を歴史的に親から子へ継承されていると同時に、

経験年数が 20 年を超える熟練者が多いため、技能形成や情報のプールが進展している。図 2 に示されるように、新規就農者は、近隣の熟練者との非公式な相談や話し合いを通じて、栽培や醸造のやり方を学ぶことができる点に他地域に比べて優位性がある。

図 2 熟練技術者の要件

栽培の熟練技術者	醸造の熟練技術者
育成状況の観察力	雑菌管理技術能力
土壌管理能力	成分分析ができる
気候や品種特性を把握できる能力	官能試験ができる
安定収量の確保	微生物管理ができる
防除の経験が豊富	亜硫酸分析ができる
	豊富な想像力

出所：筆者作成。

例えば、北海道ワイン株式会社（古川準三氏）やドメーヌ・タカヒコ（曾我貴彦氏）との非公式な相談によって、醸造・栽培に関する意見交換を行うことで、自社の技術向上に役立っている。この地域では、豊富な経験を持つ先輩技術者が存在し、古参者の存在が、新規参入者の行動を支援している。特に、最も古い農家は当該地域の生産者に重要な影響力を持つため、様々なプレイヤーが、長年の付き合いを通じて、情緒的なつながりを発達させている。古参者とビジネス上の信頼関係を構築することで、専門家から助言・ノウハウ、心理的なサポートを獲得し、ブドウ栽培やワイン醸造に関する改良の一部を実現している。

さらに、古参者と中堅技術者の知識交流は、他の技術を模倣する役割を持つため、製品や地域の知識スピルオーバーという側面で技術者に良い効果をもたらすと言える。このように、地元の「埋め込まれた」ビジネス上のつながりが長く続くことを前提として、比較的強い結びつきが形成することで、相互監視による裏切り行為を減少している。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考えられる。

また、北海道では、数々の経験を積んだ熟練技術者が「最後の仕事」として、新規ワイナリーを立ち上げ、古くから活動する生産者が交流する動向が顕著になっている。2000 年以降に、新しく参入してきた醸造家が増えるほど、参考になる点が多いため、地域内の新しいワイナリーとのつながりは、当該地域に良い影響をもたらしている。こうした高度な技術を持った移民の存在は、当該地域のコミュニティで重要な役割を持つと考えられている。北海道では、生産者と古参者、さらには、引きつけられた新参者たちが技術者交流を行ったことで、産業発展に寄与していると予測される。北海道のワイン産業では、同業者や様々な関連業者が、長年の付き合いや北海道独自の問題（冬季期間の積雪問題）を通じて、

技術者同士の情緒的なつながりを発達させることによって、共同体としての協働システムの一助を担っていることが明らかになった。

以上で論じたように、北海道のワイン産業では、土地価格の安さから新規の高度技術者が増加し、仕事や生活を通じた関係構築による企業家コミュニティの形成が進展している。彼らが関係を構築する際には、ブドウ栽培方法の思想類似性やサクセス・ストーリーへの憧憬、などが大きく影響している。そして、道産ワイン懇談会を通じて形成された技術者ネットワークは、相互扶助の規範の創出や相互の知識移転に貢献する。

## (2) 山梨県のワイン産業

山梨県では、フィロキセラに抗体があったアメリカ種を植えていたため、産業が存続し、多くの企業家グループが生まれ、今日に至っている。特に、山梨県のワイン産業では、山梨県ワイン酒造組合を中心として歴史的に発展してきた<sup>3)</sup>。

2015年現在では、原料の産地化が進展しており、必要な原材料、サービスを提供する関連企業が立地して、幅広い企業のネットワークが形成されている。ブドウ生産とワイン醸造の分業によって、各々のプレイヤーが、専門能力や技術蓄積を実現している。そのため、山梨県のワイン産業の場合、ワイナリー同士やワイナリーとブドウ農家の間の利害関係が異なるため、相互の関係性が協力的な雰囲気とは必ずしも言えないと考えられる。

さらに、ワイナリーの行き来や電話・メールでの相談によってワイン造りに関する助言を獲得している。具体的には、仕事柄、ワインを貰い、「勉強代わりにしてくれ」というつながりがある。他社の技術情報は、参考程度にとどめるか、実際に、自分のワイナリーで試す場合もあるが、ワイナリーごとに設備や環境が異なるため、自社での試行錯誤が必要となる。こうした血縁・地縁関係をベースとしたつながりを通じた交流を行うことで、栽培や醸造の方法を学習し、技能を高めてきたため、豊富な経験を持つ企業家の存在は、重要である。特に、地縁での関係構築を通じて、先輩・同僚・後輩の仕事ぶりを見て学ぶことで自身の技能形成に役立つ。

また、山梨県のワイン産業では、山梨大学を通じた「同期」のつながりが顕著である。山梨大学の同級生が集まって山梨県ワイン酒造組合に話をし、若手研究会が立ち上げるきっかけになった。山梨県内の中小ワイナリーでは、血縁関係による事業継承が代々受け継がれている傾向が強く、山梨県ワイン酒造組合とのつながりが強い企業家も多い。こうした「同期」のつながりは、伝統産業における組織間学習に大きな影響を及ぼすとともに、醸造学科が県内にあることによって歴史的に多くの企業家が輩出されてきたと言える。

近年では、ワイナリーに勤める技術者が、海外研修で学んだノウハウを自社のワイン製造に活かしていることが品質向上の一端を担っている。特に、甲州ワインの品質向上が著しく、これは、大手ワイナリーが開発した技術を手伝った山梨県内の中小ワイナリーにフィードバックしたことが大きい。

さらに、山梨県内の中小ワイナリーでは、血縁関係による事業継承が代々受け継がれて

いる傾向が強い。代々受け継がれる血縁関係に依拠した形で、アサンブラージュなどの企業家グループが形成されてきた歴史的系譜がある。そして、その強固なグループ内で、お互いが造ったワインを批評し合うことによって、漸進的革新を実現してきた。特に、中小ワイナリーの技術者の場合、企業の規則が緩やかであり、自らが製造責任者であるため、発酵やワイナリーの衛生管理に関する情報を得ることが多いが、取引上の話題を限定するような暗黙の了解が存在する。そのため、企業家コミュニティにおける知識共有は、業務上の文脈から困難な場合もある。

また、筆者が行ったインタビュー調査では、「醸造家の中には理屈のわりに大した味ではないものも多い」といった声も聞かれた。ワイン産業は、同業者に対する批評がかなり厳しい世界であり、どう妥協して協力関係を結ぶかということが課題である。特に、技術者は、地域にロックインされているため、評判を一度落としたら取り戻すことが難しい。そして、企業家は、地縁関係による非公式な相談や技術交換によって「顔見知りの技能者集団」を形成し、経営人材の育成メカニズム（山田,2013）を内在化することで、今日に至るまで連綿と継続した形で技術継承が行われてきた。そのため、山梨県では、山梨大学、山梨県ワイン酒造組合と山梨県庁という産学官連携によって、三位一体の発展を実現している。

### (3) まとめ

本稿では、ワイン造りに関する知識の交換に着目し、地域内学習を促進するコミュニティの役割について分析した。本稿の事例分析の結果、当該地域の企業家は、道産ワイン懇談会と山梨県ワイン酒造組合を通じて情報交換に努めるとともに、非公式な相談や技術交流によって、ワイン産業の発展に影響を与えていることが明らかになった。

また、ワイン産業では、相互監視を前提とした技術者の集団的学習を促進している。技術者は、地域社会におけるパーソナルなネットワークに根ざした要因（地域独特の制度や慣行など）によって支えられており、頻繁な交流が行われると、相互扶助の規範が形成される。特に、若手技術者同士の非公式で自発的な相談や助け合いは、他技術者の技術を模倣する知識交流の役割を持ち、当該地域におけるブドウ栽培やワイン製造のイノベーションに貢献している。こうした社会的に埋め込まれた専門家の関係は、ビジネスに関連した多様な知識を交換することによって、企業の革新や地域的ケイパビリティの向上に影響を及ぼす（Capaldo,2007）。その上、地域に埋め込まれた社会的つながりを奨励する文化的なルールがあると、協力関係の構築や無形資産（当該地域の情報や知識など）の獲得に大きな影響を与える。

本研究の分析枠組みでは、ワイン産業における実践共同体は、業界団体における交流、メンバーの仕事に関する学習を目的とする自主的なインフォーマル・グループ、個人的な付き合いを通じたワイナリー間の行き来、に分類した。以下では、各々について言及する。

第一に、ワイナリーの技術者は、当該地域の業界団体に参加することが一般的である。

業界団体を通じて、普段会わない同業者と交流を行い、他の技術者との情報を交換する。こうした専門家同士の集まりは、“一時的クラスター (Temporary Clusters)” と呼ばれる (Maskell *et al.*, 2006)。メンバーは、何気ない歓談や噂話を通じて、競合企業の製品と自社製品の比較や観察を行い、技術的な問題やトレンドを議論し、関係を洗練化していく。特に、同レベルの問題意識を持つ技術者とワイナリーで抱える栽培や醸造に関する共通課題を共有することで、アイデンティティの形成や集団的学習を促進する役割を持つ。つまり、業界団体が技術者同士による「顔の見える」対話を促進し、社会的な規範や慣習を創出すると同時に、職業上の意識と共同体としての一体感を高めている。

第二に、当該地域でワインを製造する際に、近隣の技術者と協調関係を構築する傾向がある。特に、リスペクトする技術者に対しては、頻繁な対面接触や意見交換を求め、ワイン造りに関するノウハウを聞きだすことが多い。また、非公式なグループに参加し、技術的な助言を求めることで、経験や知識を補い、ワイン造りに役立てている。同様の境遇を経験した熟練技術者同士は、お互いの親睦を深め、非公式な助言を交換することで、技術的問題を解決し、ワイン造りの漸進的革新を実現する。このような非公式な交流は、不文律<sup>4)</sup>に基づいて行われている。

企業家コミュニティでは、共通のワイン造りの思想に基づいて特定のコミュニティを形成し、その中で切磋琢磨している。特に、メンバーによる接触のチャンスや価値観の共通点が多いほど、コミュニティへの参加頻度を高める。そして、個人的な接触と積極的な対話を通じて、信頼関係を構築する。特に、専門家の信頼関係は、ビジネス上の深い知識や評判を獲得しているか否かによるところが多く、能力への信頼によって発展する。

ワイナリーは、特定地域に参入し、一度、自社畑を開拓したら、20~30年ほどはその地域で活動することになるため、地元の企業家とのつながりはビジネス上、非常に重要である。一般的には、過去の実績が分かっている相手との取引が好まれる傾向があるが、新規参入者は、地元の人々と深いつながりを持つことで、その地域固有の価値観を理解する上での手助けになる。ワイン産業では、仲間として承認されることで、旬なワイン造りに関する技術情報を獲得している。

第三に、ワイン産業の企業家は、ワイン造りに対する哲学やこだわりを持ち、いかに個性を出すかという点に誇りを持っている。そして、共鳴した企業家同士が相互にリスペクトを持って、お互いを学習のパートナーとして認識し、技能を高めている。

以上をまとめると、ワイン産業では、当該企業の枠組みを超えた実践共同体への参加が重要な役割を担っている。企業家コミュニティは、能力と経験ベースのつながりを基盤として、同じ技術的分野で働く同じ技術的問題を抱えたメンバーによって構成される。例えば、機械が故障した時には技術者同士の相談によって、何が原因で機械が動作しなくなったかを検討することが多い。特に、ワイン造りに関するあいまいで未知の問題は、意見対立を乗り越えて解決することで、知識を補填し、当該グループに対してコミットメントするようになる。このように、企業家コミュニティのメンバーは、技術的な助言や最新機械、



規制などの機密情報を獲得している。

また、作業マニュアルには出ていない「裏技」などを生み出す役割を持つ。問題解決行動を行った技術者同士は、同地域にいる限り、積極的に相談し、新たな問題を解決していくことで、ワインの品質改善やイノベーションを実現する。

以上の事柄をまとめると、ワイン産業における企業家コミュニティは、共通の目標や問題を抱える個人の小集団であり、専門家特有のルールに基づいてコミットメントを共有している。メンバーがお互いの体験談を語り合うことで、共通の問題や経験を共有する。そして、協調行動を取るような信頼関係が構築されると、コミュニティへの帰属意識が高まり、情報共有が促進されるようになる。したがって、企業家コミュニティにおけるパーソナルな交流は、集合的学習効果をもたらすと言える。

## 6 結論と今後の課題

本稿では、北海道と山梨県におけるワイン産業の企業家コミュニティの比較事例研究を行った。ワイン産業では、地縁による「顔の見える情報交換」と業界団体を通じた職業上の情報交換を行うことで、産地イメージの向上に向けた活動を展開している。特に、道産ワイン懇談会技術者の会や山梨県ワイン酒造組合を通じて、企業家同士が職業的なつながりを形成している。具体的には、道産ワイン懇談会を通じて知り合ったワイナリーと、できたワインを飲み比べてその違いを味わい、他社の作ったワインの試飲や製造方法について情報交換を行うことで、間接的に酒造技術や経験を習得している。また、会議やイベントなどがなくても、日常的な交流を通じて、頻繁に会うという行為によって信頼関係を醸成している。ワインの製造過程上の問題について互いにメールで連絡を取り合い、共通の専門領域について最新の設備や知識を学ぶ勉強会を行っている。

本稿の結論として、ワイン産業の企業家は、地縁関係による非公式な相談や技術交換によって、コミュニティの多様なプレイヤーとの関係を発展させ、ライバルではあるが、知識交流を図ることで、品質向上を実現してきたことが明らかになった。具体的には、「専門性と地理的な近さ」に依拠した日常的な交流を通じて、栽培、醸造、苗木入手に関する情報を積極的に取得しようとする姿勢が見受けられた。同じ地域に属している企業家は、地域をよくしたいという「共通の価値観」を持っており、当該地域における業界団体や文化のルールが、技術者同士のガバナンスの機能を果たしている。特に、業界団体は、普段会わない同業者と交流を行う機能を持つとともに、相互扶助の規範の創出や知識移転に貢献する。業界団体は、同じ領域や異なったスキルを持った専門職が「場」に集まり、若手技術者同士の交流やベテラン技術者による若手技術者に対する助言を促すことで、多様な知識が地域のプレイヤーに波及することが期待される。

このように、ワイン産業の企業家コミュニティでは、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を通じて信頼関係を醸成している。企業家同士の職業的なつながりを通じて、歴史的にワイナリーの技術力

向上と各々の個性を磨いてきた。ワイン産業の企業家コミュニティでは、規模が小さく、携わる企業家が少ないため、長く続く人間関係を前提として、協調関係を発展させていくという行動規範がワイン産業の不文律になっていると予測される。

また、企業家コミュニティでは、業務上のやり方に対して、共通の認識を持っており、「模倣による学習」を行う。経験の厚い技術者が中心になって、未熟な技術者に助言がなされることで産業全体としてのレベルアップに貢献する。ワイン造りの思想で共鳴した企業家同士が相互にリスペクトを持って、「個性を磨く競争」を展開している。そして、その中で、いくつかのワイナリーが成功し、ビジネスとしての可能性があることがわかれば参入しようとする技術者が増加するものと予測される。その一方で、対立関係を生む可能性も秘めている。そのため、企業家コミュニティでは、お互いを認めることがあるが協働することが難しい。

以上で論じたように、ワイン産業では同業者と積極的に交流するものの、基本的には、個々人の努力・経験および試行錯誤によって醸造・栽培技術を向上する。そのため、畑で様々な経験学習をし、ブドウを良い状態で活かす努力が必要になる。技術者には、その素材をプラスにはできないし、たった一個の製造上のミスが時間の経過とともにマイナスが増加するため、そのようなミスをしないように努力をしている。ワイン造りに関する手法や数値データを獲得できるという意味で勉強会の意義は大きいですが、その知識や情報のプールからより良い方法を生み出していくのは個々人の試行錯誤によるものである。特に、古参者が感知しているような熟練の技を「見よう見まね」で試行錯誤を重ねながら経験学習しない限り、独自の技術を習得することができないと考えられる。

本研究の分析対象であるワイン産業では、企業家の交流は、業界団体を通じて行われ、その中でも気があう者同士がプライベートで交流を深めていく傾向が見受けられた。しかしながら、本研究では、非公式な相互交流に関してはその全貌を解明することはできなかった。そのため、この点に関しては、時間軸を考慮した更なる検討を行い、今後の調査研究で解明する。

さらに、ワイン産業の企業家コミュニティにおける相互監視メカニズムも存在し、地域に埋め込まれた不文律との関連性について今後の調査課題として残されている。ワイン産業の企業家コミュニティで展開される集合的学習の様子や、その集合的学習が当該産業の発展を促すという現象は、ワイン産業に限らず、他の多くの地域産業にも広く観察される現象であり、ワイン産業ならではの特徴を浮き彫りにすることが必要である。そして、本研究で行った考察を踏まえて、新世界（南アフリカなど）を中心とした国際比較分析を行うことも想定している。

#### 【インタビューでの主な質問項目】

ワイン産業で暗黙のルールはありますか。

ワイン・コミュニティの生成要因としては、どのようなものがあげられますか。

普段、交流の多いワイナリーはどこですか。

技術継承や技術者同士のつながりはありますか。

業界団体の講習会を通じた同業者とのネットワーク形成はありますか。

若手技術者が業界団体に加入したことで、何か変化したことはありますか。

業界団体の講習会を通じた同業者との交流によって、何か得るものはありますか。

### 【注釈】

- 1) 佐々木徳雄氏 (2013年9月14日の調査) によると、「国内では、醸造用ブドウの栽培が少ないため、1985年頃には北海道は日本一の栽培面積になっていたのではないかと語っている。しかしながら、2014年には積極的に醸造用ブドウの育成に取り組む長野県に一位を奪取された。
- 2) 富良野市ぶどう果樹研究所の亀淵雅彦所長は、「道内の小規模ワイナリーは、大手ワイナリーで修業した後、独立するパターンか、醸造ワインコンサルタント (マザーヴァインズ) にパッケージ化して、設立するケース (山崎ワイナリー、宝水ワイナリー、奥尻ワイナリーなど) が一般的になっている」と語っている。
- 3) しかしながら、山梨県ワイン酒造組合は、単なる事務処理の窓口的な側面があるため、必ずしもメンバー間の協調関係の構築に貢献している訳ではない。
- 4) 後志地方では、基本的には、ワイナリーと契約農家の間で、信頼関係を締結し、「当たり前約束を遵守し、期待以上の努力を行うこと」が暗黙のルールになっている。園田稔氏 (余市ワイナリー) は、「携わる企業家が限られているため、現場にいると“誰がどういうことを行っているか”という噂が聞きたくなくても聞こえてくる。同様に、古川準三氏 (北海道ワイン株式会社取締役製造部長) によれば、「お互いのポリシーや立場が違うため、各ワイナリーの情報機密 (原料のトン数など) やそれぞれのテリトリーを守りつつ、行動しなければ白い目で見られることになる」とインタビュー調査で述べている。また、どこワイナリーが何円で買い取ってくれるかという生産者同士の情報共有 (買取価格に関する情報) が顕著であり、情報の波及が非常に早い傾向にあることがインタビュー調査で明らかになった。

### 【参考文献】

- Adler, P.S., S.W.Kwon & C.Heckscher (2008) “Professional Work: The Emergence of Collaborative Community”, *Organization Science*, 19 (2), 359–376
- Asheim, B. (1996) “Industrial Districts as ‘Learning Regions’: A Condition for Prosperity”, *European Planning Studies*, 4(4), 379–400.
- Bathelt, H., A.Malmberg & P.Maskell (2004) “Clusters and Knowledge: Local Buzz, Global Pipelines and the Process of Knowledge Creation”, *Progress in Human Geography*, 28(1), 31–56.
- Brown, J.S. & P.Duguid (1991) “Organizational Learning and Communities-of-Practice: Toward a Unified View of Working, Learning, and Innovation”, *Organization Science*, 2(1), 40–57.
- Camagni, R. (ed.) (1991) *Innovation Networks: Spatial Perspectives*, New York: Belhaven Press.
- Capaldo, A. (2007) “Network Structure and Innovation: The Leveraging of a Dual Network as a Distinctive Relational Capability”, *Strategic Management Journal*, 28(6), 585–608.

- Capello,R. (1999) “Spatial Transfer of Knowledge in High Technology Milieux: Learning Versus Collective Learning Processes”, *Regional Studies*, 33(4), 353-365.
- Ceci,F. & D.Iubatti (2012) “Personal Relationships and Innovation Diffusion in SME Networks: A Content Analysis Approach”, *Research Policy*, 41(3), 565-579.
- Cooke,P. (2001) “Regional Innovation Systems, Clusters, and the Knowledge Economy”, *Industrial and Corporate Change*, 10(4), 945-974.
- Feldman,M.P., J.Francis & J.Bercovitz (2005) “Creating a Cluster While Building a Firm: Entrepreneurs and the Formation of Industrial Clusters”, *Regional Studies*, 39(1), 129-141.
- Giuliani,E. (2005) “Cluster Absorptive Capacity : Why Do Some Clusters Forge Ahead and Others Lag Behind?”, *European Urban and Regional Studies*, 12(3), 269-288.
- Giuliani,E. (2013) “Network Dynamics in Regional Clusters: Evidence from Chile”, *Research Policy*, 42(8), 1406-1419.
- Karlsen,A. (2011) ““Cluster” Creation by Reconfiguring Communities of Practice”, *European Planning Studies*, 19(5), 753-773.
- Kasabov,E. (2010) “Why Every Cluster Cannot be a Successful Community?”, *European Planning Studies*,18(9), 1445-1468.
- Keeble,D. & F.Wilkinson (1999) “Collective Learning and Knowledge Development in the Evolution of Regional Clusters of High-Technology SMEs in Europe”, *Regional Studies*, 33(4), 295-304.
- Keeble,D., C.Lawson, B.Moore & F.Wilkinson (1999) “Collective Learning Processes, Networking and ‘Institutional Thickness’ in the Cambridge Region”, *Regional Studies*, 33(4), 319-332.
- Lawson,C. & E.Lorenz (1999) “Collective Learning, Tacit Knowledge and Regional Innovative Capacity”, *Regional Studies*, 33(4), 305-317.
- Lave,J. & E.Wenger (1991) *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*, Cambridge University Press( 佐伯胖訳 『状況に埋め込まれた学習 - 正統的周辺参加 - 』産業図書, 1993 年 ).
- Maskell,P. & A.Malmberg (1999) “Localised Learning and Industrial Competitiveness”, *Cambridge Journal of Economics*, 23(2), 167-185.
- Maskell,P., H.Bathelt & A.Malmberg (2006) “Building Global Knowledge Pipelines: The Role of Temporary Clusters”, *European and Planning Studies*, 14, 997-1013.
- Morrison,A. & R. Rabelotti (2009) “Knowledge and Information Networks in an Italian Wine Cluster”, *European and Planning Studies*, 17(7), 983-1006.
- 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 ).
- Storper,M. & A.J.Venables (2004) “Buzz : Face-to-Face Contact and the Urban Economy”, *Journal of Economic Geography*, 4(4), 351-370.
- Ter Wal,A.L.J. & R.Boschma (2011) “Co-Evolution of Firms, Industries and Networks in Space”, *Regional Studies*, 45(7), 919-933.

- Uzzi,B. (1997) “Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness”, *Administrative Science Quarterly*, 42(1), 35-67.
- Uzzi,B. & J.J.Gillespie (2002) “Knowledge Spillover in Corporate Financing Networks: Embeddedness and the Firm’s Debt Performance”, *Strategic Management Journal*, 23(7), 595-618.
- Wenger,E. & W.M.Snyder (2000) “Communities of Practice: The Organizational Frontier”, *Harvard Business Review*, 78(1), 139-145.
- Wenger,E., R.McDermott & W.M.Snyder (2002) *Cultivating Communities of Practice*, Boston: MA, Harvard Business School Press ( 櫻井裕子訳 『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, 2002 年 ).
- 山田幸三 (2013) 『伝統産地の経営学 - 陶磁器産地の協働の仕組みと企業家活動 - 』 有斐閣.



This **Discussion Paper Series** is published by the **Center for Business Creation**(changed from the Institute of Economic Research on April 1999) and integrates two old ones published separately by the Department of Economics and the Department of Commerce.

**Discussion Paper Series  
Institute of Economic Research  
Otaru University of Commerce**

No.	Title	Author/s	Date
1.	ホーケンス=サイモンの条件に関する諸説の統合について	タスクフタ, デイハンカー	Jul. 1992
2.	Motivation and Causal Inferences in the Budgetary Control	Yoshihiro Naka	Aug. 1992
3.	Проблемы управления рабоче- сий на предприятиях Дальнего Востока (социологические аспекты)	Анатолий Михайлович Шкурки	Nov. 1992
4.	Dynamic Tax Incidence in a Finite Horizon Model	Jun-ichi Itaya	Jan. 1993
5.	Business Cycles with Asset Price Bubbles and the Role of Monetary Policy	Hiroshi Shibuya	Jun. 1993
6.	Continuous Double-Sided Auctions in Foreign Exchange Markets	Ryosuke Wada	Aug. 1993
7.	The Existence of Ramsey Equilibrium with Consumption Externality	Sadao Kanaya & Tomoichi Shinotsuka	Sep. 1993
8.	Money, Neutrality of Consumption Taxes, and Growth in Intertemporal Optimizing Models	Jun-ichi Itaya	Nov. 1993
9.	Product Returns in the Japanese Distribution System: A Case Study of a Japanese Wholesaler's Return Reduction Efforts	Jeffery Alan Brunson	Mar. 1994
10.	Dynamics, Consistent Conjectures and Heterogeneous Agents in the Private Provision of Public Goods	Jun-ichi Itaya & Dipankar Dasgupta	Jun. 1994
11.	Intra-industry Investment and Imperfect Markets A Geometric approach in Simple General Equilibrium	Laixun Zhao	Oct. 1994
12.	Sit-Down to Split: Flint GM Workers in 1937-1939	Satoshi Takata	Dec. 1994
13.	The Complementarity between Endogenous Protection and Direct foreign Investment	Laixun Zhao	Feb. 1995
14.	Consumption Taxation and Tax Prepayment approach in Dynamic General equilibrium Models with Consumer Durables	Jun-ichi Itaya	Mar. 1995
15.	Regulatory System and Supervision of the Financial Institutions in Japan	Osamu Ito	May 1995
16.	Financial Restructuring and the U. S. Regulatory Framework	Jane W. D'Arista	May 1995
17.	The Legacy of the Bubble Economy in Japan: Declining cross Shareholding and Capital Formation	Hiroo Hojo	May 1995
18.	Stockownership in the U. S.: Capital Formation and Regulation	Marshall E. Blume	May 1995
19.	International Joint Ventures and Endogenous Protection a Political-Economy Approach	Laixun Zhao	Nov. 1995
20.	GM社をめぐるアメリカ労働史研究: ファインとエッジフォースの現場像の吟味	高田聡	Feb. 1996
21.	卸売業の経営と戦略 - 卸売流通研究会ヒアリング調査録(1): 日用 雑貨卸売企業	卸売流通研究会 (代表 高宮城朝則)	Apr. 1996
22.	卸売業の経営と戦略 - 卸売流通研究会ヒアリング調査録(2): 食品・ 酒類卸売企業	卸売流通研究会 (代表 高宮城朝則)	Apr. 1996
23.	A Note on the Impacts of Price Shocks on Wage in Unionized Economies	Laixun Zhao	May 1996
24.	Transfer Pricing and the Nature of the subsidiary firm	Laixun Zhao	Jun. 1996
25.	The Incidence of a Tax on Pure in an Altruistic Overlapping Generations Economy	Jun-ichi Itaya	Sep. 1996
26.	'Small Government' in the 21st Century	Hiroshi Shibuya	Sep. 1996
27.	Characteristics and Reforms of Public Health Insurance System in Japan	Takashi Nakahama	Sep. 1996
28.	The Role of Local Governments in Urban Development Policy	Yoshinori Akiyama	Sep. 1996
29.	Optimal Taxation and the Private Provision of Public Goods	Jun-ichi Itaya & David de Meza & Gareth D. Myles	Oct. 1996
30.	Comparison of Agricultural Policy in the U. S. and the Japan	Toshikazu Tateiwa	Oct. 1996
31.	US Health Insurance: Types, Patterns of Coverage and Constraints to Reform	Dwayne A. Banks	Oct. 1996
32.	International Capital Flows and National Macroeconomic Policies	Jane W. D'Arista	Oct. 1996
33.	Financial Liberalization and Securitization in Housing Finance and the Changing Roles of the Government	Syn-ya Imura	Oct. 1996
34.	Social Efficiency and the 'Market Revolution' in US Housing Finance	Gary Dymski & Dorene Isenberg	Oct. 1996
35.	Government Expenditure and the Balance of Payments: Budget Deficit, Financial Integration, and Economic Diplomacy	Hiroshi Shibuya	Nov. 1996
36.	A History of PBGC and Its Roles	C. David Gustafson	Nov. 1996
37.	Dynamic Provision of Public Goods as Environmental Externalities	Toshihiro Ihori & Jun-ichi Itaya	Mar. 1997

38. A Comparative Static Analysis of the Balanced Budget Incidence in the Presence of Sector-Specific Unemployment	Koh Sumino	Mar.1997
39. An Econometric Study of Trade Creation and Trade Diversion in the EEC, LAFTA and CMEA:A Simple Application of the Gravity Model	Masahiro Endoh	Apr.1997
40. A Dynamic Model of Fiscal Reconstruction	Toshihiro Ithori & Jun-ichi Itaya	Apr.1997
41. The Japanese Way of Solving Financial Institution Failures	Osamu Ito	Jul.1997
42. The Federal Role in Community Development in the U.S.: Evolution vs. Devolution	Jane Knodell	Oct.1997
43. Rent-Seeking Behavior in the War of Attrition	Jun-ichi Itaya & Hiroyuki Sano	Oct.1997
44. サハリン石油・ガス開発プロジェクトと北海道経済の活性化 第1号	北東アジア-サハリン研究会	May 1998
45. 購買部門の戦略性と企業間連携について	伊藤 一	Jun.1998
46. The Formation of Customs Unions and the Effect on Government Policy Objectives	Masahiro Endoh	Jul.1998
47. The Transition of Postwar Asia-Pacific Trade Relations	Masahiro Endoh	Jul.1998
48. 地域型ベンチャー支援システムの研究 I-道内製造業系ベンチャー企業のケーススタディー	地域経済社会システム研究会 日本開発銀行札幌支店	Jul.1998
49. Fiscal Reconstruction Policy and Free Riding Behavior of Interest Groups	Toshihiro Ithori & Jun-ichi Itaya	Aug.1998
50. Quellen zum Markwesen des Osnabrücker Landes im Niedersächsischen Staatsarchiv Osnabrück(mit Schwerpunkt :Verfassung,Höfing,Siedlung und Konflikten im 17.und 18.Jahrhundert)	Susumu Hirai	Sep.1998
51. Equity and Continuity with a Continuum of Generations	Tomoichi Shinotsuka	Dec.1998
52. Public Resources Allocation and Election System	Akihiko Kawaura	Mar.1999
<b>Discussion Paper Series Center for Business Creation Otaru University of Commerce</b>		
53. 消費者の価格プロモーション反応への影響を考慮した広告効果測定結果モデルの構築	奥瀬喜之	Jun.1999
54. 地域型ベンチャー支援システムの研究 II-地域型ベンチャー・インキュベーションの設計-	小樽商科大学ビジネス創造センター & 日本開発銀行札幌支店	Jul.1999
55. サハリン石油・ガス開発プロジェクトと北海道経済の活性化 第2号	北東アジア-サハリン研究会	May 1999
56. 石鹼洗剤メーカーにおけるマーケティング・チャネル行動の変遷	高宮城朝則	Dec.1999
57. 長期的取引関係における資源蓄積と展開	近藤公彦&坂川裕司	Dec.1999
58. Exernalities:A Pigovian Tax vs. A Labor Tax	Ko Sumino	Dec.1999
59. A New Dimension of Service Quality:An Empirical Study in Japan.	Makoto Matsuo & Carolus Praet & Yoshiyuki Okuse	Dec.1999
60. Aftermath of the Flint Sit-Down Strike:Grass-Roots Unionism and African-American Workers, 1937-1939	Satoshi Takata	Mar.2000
61. Tariff induced dumping in the intermediate-good market	Chisato Shibayama	Apr.2000
62. Deregulation, Monitoring and Ownership structure:A Case Study of Japanese Banks	Akihiko Kawaura	Apr.2000
63. サハリン石油・ガス開発プロジェクトと北海道経済の活性化 第3号	北東アジア-サハリン研究会	Apr.2000
64. A Cooperative and Competitive Organizational Culture, Innovation, and Performance: An Empirical Study of Japanese Sales Departments	Makoto Matsuo	May 2000
65. Foreign Exchange Market Maker's Optimal Spread with Heterogeneous Expectations	Ryosuke Wada	Jun.2000
66. ダンピングとダンピング防止法の起源 歴史的文脈における「不公正貿易」概念の成立	柴山千里	Oct.2000
67. The Organizational Learning Process: A Review	Makoto Matsuo	Dec.2000
68. The Weak Core of Simple Games with Ordinal Preferences: Implementation in Nash Equilibrium	Tomoichi Shinotsuka & Koji Takamiya	Jan.2001
69. 業態開発におけるイノベーションと競争-ビブレのケース-	近藤公彦	Jan.2001
70. Budget Distribution Problem	Tomoichi Shinotsuka	Feb.2001
71. 小売バイヤー組織の機能と顧客対応	伊藤 一	May 2001
72. The Effect of Intra-Organizational Competition on Knowledge Creation:Case Study of a Japanese Financial Company	Makoto Matsuo	May 2001
73. サハリン石油・ガス開発プロジェクトと北海道経済の活性化 第4号	北東アジア-サハリン研究会	Mar.2001
74. The Weak Core of Simple Games with Ordinal Preferences: Implementation in Nash Equilibrium	Tomoichi Shinotsuka & Koji Takamiya	Oct.2001
75. 環境保全型河川計画と景観構築に係る計画技術の研究	地域環境問題研究会 (代表 八木宏樹)	Oct.2001
76. Additivity, Bounds, and Continuity in Budget Distribution Problem	Tomoichi Shinotsuka	Dec.2001



77. Monetary Policy in Bhutan: Implications of Indian Rupee Circulation	Akihiko Kawaura	Dec.2001
78. Optimal Multiobject Auctions with Correlated Types	Tomoichi Shinotsuka & Simon Wilkie	Feb.2002
79. サハリン石油・ガス開発プロジェクトと北海道経済の活性化 第5号	北東アジア・サハリン研究会	Mar.2002
80. The Case Study of Retail Buying Organization in Japanese Context	Hajime Itoh	Mar.2002
81. 宿泊業のサービスのサービス構成要素に関する重要度調査法に関しての一考察 北海道への台湾人観光客の事例を中心に	稲葉由之&沈潔如&伊藤 一	Feb.2003
82. ブティック経営における販売要素の分析 -AHPによる経営者・販売員間における重要度認識比較に関する一考察-	伊藤 一&橋詰敦樹	Mar.2003
83. 温泉地に対するイメージギャップに関する調査	伊藤 一	Mar.2003
84. Literature Review on Retail Buyer from Research on Industrial Purchasing	Hajime Itoh	
85. The Comparison Study on Retail Buyer Behaviour between UK, Australia and Japan	Hajime Itoh	
86. 社会科学の基礎 - 大学院生のための研究法 -	ダン・レメニイ他著 抄訳 稲葉由之&奥瀬善之 &近藤公彦&玉井健一 &高宮城朝則&松尾 睦	Mar.2002
87. マーケティング行為からみた小売業による需要創造 - 明治期呉服店の経営行為を考察対象として -	坂川裕司	May 2002
88. Interdependent Utility Functions in an Intergenerational Context	Tomoichi Shinotsuka	May 2002
89. Internal and External Views of the Corporate Reputation in the Japanese Hotel Industry	Hajime Itoh	Feb.2003
90. サハリン石油・ガス開発プロジェクトと北海道経済の活性化 第6号	北東アジア・サハリン研究会	Mar.2003
91. 小売購買行動研究に関する展望 - 「買い手視点」での小売購買行動研究に向けて -	坂川裕司	May 2003
92. 商品購買における「情報システムの逆機能」 - リスク回避的バイヤーにみる合理性とその弊害 -	坂川裕司	Sep.2003
93. An Experiment of Round-Robin Tournament by Excel's Macro - Using 160 Students' Data from Cournot Duopoly Game -	Masaru Uzawa	Apr.2004
94. Earnings Management through Deferred Tax Assets - In Case of Banking Company -	Hiroshi Onuma	Jun.2004
97. Competition between Matching Markets	Koji Yokota	May 2005
98. On the role of asymmetric information in the aggregate matching function	Koji Yokota	Apr.2006
99. A note on Optimal Taxation in the Presence of Externalities	Tomoichi Shinotsuka & Ko Sumino	Feb.2005
100. A Note on Jones' Model of Growth	Mutsuhiro Kato	Mar.2005
101. 整数ナップサック問題が多項式時間で解ける特殊な場合を定める条件について	飯田浩志	Jul.2005
102. IT技術者の熟達化と経験学習	松尾 睦	Sep.2005
103. Product De-listing by Retail Buyers: Relational Antecedents and Consequences	Gary Davies & Hajime Itoh	Dec.2005
104. 米国地域経営史における多文化主義的発展 - 1930年代ミシガン州プリントにおけるアフリカ系コミュニティの起業基盤を中心に -	高田 聡	May 2006
105. 環境便益を反映させた環境指標の開発 Developing an environmental indicator including environmental benefits	山本 充	Apr.2006
106. A Critical Investigation of Long-run Properties of Endogenous Growth Models	Mutsuhiro Kato	May 2006
107. What is National Income in Jones' Model of Growth? : An Expository Annotation	Mutsuhiro Kato	Jun.2006
108. A Further Analysis of the Consumer Behavior in Jones' R&D-Based Model of Economic Growth	Mutsuhiro Kato	Aug.2006
109. 看護師の経験学習プロセス	松尾 睦 & 正岡経子 & 吉田真奈美 & 丸山知子 & 荒木奈緒	Feb.2007
110. Comments on knapsack problems with a penalty	Iida Hiroshi	Mar.2007
111. 看護師の経験学習に関する記述的分析	松尾 睦 & 正岡経子 & 吉田真奈美 & 丸山知子 & 荒木奈緒	Jul.2007
112. 頂点被覆へのリスト減少法の解析に関する一考察	飯田浩志	Dec.2007
113. 小中学校における校長の経営観 - 探索的分析 -	松尾 睦	Dec.2007
114. インタビュー調査: 戦後復興期大阪における自転車部品製造業者・問屋の経営活動	田中幹大	Apr.2008
115. Partitionのある風景	飯田浩志	Jun.2008
116. Multiproduct Firms and Dumping	Chisato Shibayama & Yasunori Ishii	Jul.2008
117. モスクワの低層住宅団地開発 - 2つのケース -	小田福男	Mar.2009
118. 整数ナップサックの周期性について	飯田浩志	Mar.2009

119.	Discussion paper series no.118への補遺	飯田浩志	Jul.2009
120.	環境フィードバック効果を考慮したSandmoモデルによる二重配当仮説の再考察	角野 浩	Jul.2009
121.	部分線形モデルの差分推定量の漸近理論	劉 慶豊	Oct.2009
122.	モデル平均理論の新展開	劉 慶豊	Oct.2009
123.	Production Theory with Convex Labor Friction: Foundation of an Optimal Non-market-clearing Economy	Koji Yokota	Dec.2009
124.	19世紀ドイツの農村ゲマインデ制と政治参加資格 ---北西ドイツ・ハノーファーを中心に----	平井 進	Feb.2010
125.	環境経営と企業業績に関する実証研究（再検討：2003-2008）	加賀田和弘	Apr.2010
126.	「北海道ブランド」の仕入れに関する研究 —台湾小売バイヤーの視点から—	沈 潔如	Apr.2010
127.	Generalized Cp Model Averaging for Heteroskedastic models	Qingfeng Liu	Oct.2010
128.	How to solve the collapsing subset-sum problem revisited	Hiroshi Iida	Jan.2011
129.	顧客関係のマネジメントの系譜	近藤公彦	Feb.2011
130.	An Application of Forecast Combination Methods to Default Risk Prediction	Qingfeng Liu	Feb.2011
131.	An effect of consumer's earlier decision to purchase a discount ticket	Ryosuke Ishii & Kuninori Nakagawa	Feb.2011
132.	On the Behavior of money flows on the real side and the financial side in Hokkaido prefecture	Toshiaki Kanzaki	Mar.2011
133.	星野リゾートー 顧客志向の組織マネジメントー	乙政佐吉 & 近藤隆史	Mar.2011
134.	（ケース）札幌ビズカフェー地域企業家ネットワークにおける中間主導型組織の役割ー	加藤敬太	Mar.2011
135.	二重配当効果の最適課税ルールにしたがった再評価	角野 浩	Mar.2011
136.	18・19世紀前半北海沿岸農村社会の地域役職者：Landschaft Eiderstedt	平井 進	Mar.2011
137.	Tax Collecting Efforts and Local Allocation Tax Grants in Japan: The Effect of Administrative Reform Incentive Assessment on Local Tax Collection Rates	Mitsunari Ishida	Mar.2011
138.	The bargaining family with strategic interaction	Atsue Mizushima & Koichi Futagami	Mar.2011
139.	Generalized Cp Model Averaging for Heteroskedastic Models (Revised Version)	Qingfeng Liu	Apr.2011
140.	Exclusion of agents, virtual surplus and a transversality condition in adverse selection	Naoki Kojima	May 2011
141.	Implementability by a canonical indirect mechanism of an optimal two-dimensional direct mechanism	Naoki Kojima	Jun.2011
142.	18・19世紀前半北西ドイツ北海沿岸地方の領邦官吏と自治組織役職者：Landschaft S?derdithmarschen	平井 進	Jun.2011
143.	CRMにおける顧客関係のマネジメント	近藤公彦	Aug.2011
144.	企業家ネットワークによる地域企業のビジネスシステム・イノベーションーサムライ日本プロジェクトの事例分析ー	加藤敬太	Oct.2011
145.	Observable Actions	Ryosuke Ishii	Nov.2012
146.	Dumping in Transition Economies and the Effects of Anti-Dumping Policy	Chisato Shibayama & Yasunori Ishii	Mar.2012
147.	Time Discount and Convex Hiring Cost	Koji Yokota	May 2012
148.	Two-dimensional Mechanism Design and Implementability by an Indirect Mechanism	Naoki Kojima	Jun.2012
149.	北海道経済と開発のプロセス	神崎稔章	Dec.2012
150.	道内における地域経済の現状について	渡久地朝央 & Baljinnyam Maitsetseg	Dec.2012
151.	モンゴルにおける資本主義転換後の地域間経済格差に関するパネルデータ分析	渡久地朝央 & Baljinnyam Maitsetseg	Dec.2012
152.	モンゴルにおける食肉価格の動向に関するパネルデータ分析	Baljinnyam Maitsetseg & 渡久地朝央	Dec.2012
153.	付加価値率の動向と地方自治体による政策効果の関係についてー北海道における製造産業を対象としたパネルデータ分析ー	渡久地朝央	Dec.2012
154.	CRMにおける組織能力	近藤公彦	Feb.2013
155.	19世紀北西ドイツの農村ゲマインデ制の変革---自治参加資格と家屋・土地保有要件---	平井 進	Feb.2013
156.	北海道における産業クラスターに関する文献資料目録	加藤敬太	Mar.2013
157.	トヨタ自動車北海道のマネジメント	乙政佐吉	Mar.2013
158.	Mechanism design to the budget constrained buyer: a canonical mechanism approach	Naoki Kojima	May 2013
159.	First Price Package Auction with Many Traders	Yasuhiro Shirata	Jun.2013
160.	整数ナップサックの周期性についてあれこれ	飯田浩志	Jul.2013

161. Non-cooperative versus Cooperative Family	Atsue Mizushima & Koichi Futagami	Oct.2013
162. Perverse effects of a ban on child labour in an overlapping generations model	Kouki Sugawara & Atsue Mizushima & Koichi Futagami	Oct.2013
163. Human Infrastructure, Child Labor, and Growth	Atsue Mizushima	Oct.2013
164. 18・19世紀前半北海沿岸農村社会の指導的地域役職者・領邦地方官吏と土地所有：Landschaft Norderdithmarschen	平井 進	Mar.2014
165. ビジネスシステムの形成から見る6次産業化—パイオニアジャパングループの事例分析—	笹本香菜 & 加藤敬太	Mar.2014
166. ナップサック問題への2近似算法について雑感	飯田浩志	Jul.2014
167. A further addendum to "Some thoughts on the 2-approximation algorithm for knapsack problems: A survey"	Hiroshi Iida	Nov.2014
168. ワイン産業における企業家コミュニティ—北海道と山梨県の比較事例研究—	長村知幸	Jan.2015

Discussion Paper Series Department of Economics, Otaru University of Commerce No.1-16 Feb.1985-Oct.1991

Discussion Paper Series Department of Commerce, Otaru University of Commerce No.1-2 Apr.1985-May 1989

Center for Business Creation, National University Corporation Otaru University of Commerce  
3-5-21, Midori, Otaru, Hokkaido 047-8501, Japan Tel +81-134-27-5290 Fax +81-134-27-5293  
E-mail:cbcjimu@office.otaru-uc.ac.jp

国立大学法人小樽商科大学ビジネス創造センター  
〒047-8501 北海道小樽市緑3丁目5番21号 Tel 0134-27-5290 Fax 0134-27-5293  
E-mail:cbcjimu@office.otaru-uc.ac.jp