

デジタル化が伝統産業を革新する
-日本酒業界における組織間の近接性とイノベーションの関係-

伊藤誠悟ゼミ

経営学科4年 安藤千浩

日本酒は地域の風土や伝統技術を反映した産業であり、長年にわたり地理的集積を基盤とする組織間協力がその発展を支えてきた。しかし、近年の ICT（情報通信技術）の発展や COVID-19 による対面交流の制約、さらには 2024 年の能登半島地震のような自然災害が、新たな連携形態の必要性を浮き彫りにしている。

本研究では、Boschma (2005) と Coughlan (2014) の理論的枠組みに基づき、地理的、仮想的、社会的、認知的、組織的、制度的近接性の 6 要因を分析し、Wang & Ahmed (2004) のフレームワークに従い、組織のイノベーション能力を製品、市場、プロセス、行動、戦略の 5 次元で評価する。加えて、全国の酒蔵を対象に実施したアンケート調査をもとに因子分析および回帰分析を行い、(1)各近接性要因が組織のイノベーション能力に与える影響、(2)地理的近接性と仮想的近接性を基軸とするその他の近接性との交互作用の影響を検証した。

分析の結果、仮想的近接性、社会的近接性、組織的近接性がイノベーション能力に有意な正の影響を及ぼすことが確認された。特に仮想的近接性は、制度的近接性や組織的近接性と補完的に作用し、相乗効果を発揮することが明らかになった。たとえば、能登半島地震後の「能登の酒を止めるな！」プロジェクトでは、仮想的近接性を活用したオンライン支援により、物理的制約を克服し、酒蔵の復興を後押ししている。また、仮想的近接性が高い組織では、「海外バイヤーとのオンライン商談」や「リモートでの合同イベント」などを積極的に実施しており、新たな学習機会を創出することで組織文化のイノベーションを促進している。一方で、地理的近接性や認知的近接性は単独では有意な影響を示さず、他の近接性要因と補完的に機能する可能性が示唆された。

本研究は、地理的集積を中心とした従来の理論を再検討し、ICT を活用した地域性とデジタル連携を融合する新たな協力モデルを提示した点で意義がある。この知見は、伝統産業が持続可能性と競争力を高めるための実践的指針となることが期待される。