

経営学

ビジネスを解き明かす 社会ネットワーク

社会の根本とも言える「つながり」の活用が
経営に新たな可能性を開く。

あらゆるモノはつながり合い、 その集合が社会となる

社会ネットワークという言葉に耳なじみはないかもしれませんが、しかし、「ソーシャルネットワーク」と英語で言い換えてみると、ピンとくる人も多いのではないのでしょうか。そう、フェイスブックやツイッターなど、ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)です。

社会ネットワークとは、人と人と、人とモノ、人と組織、組織と組織など、あらゆる社会的存在の間で結ばれた「つながり」のことです。皆さんは友達や家族とつながっています。つまり、そこに社会ネットワークが存在しているのです。また、皆さんは学校の一員です。部活動やアルバイト先の一員であるかもしれません。すなわち、あなたという個人は、学校などの組織との間で社会ネットワークを構成していることになり。さらに、家電製品やファッションなどで、お気に入りの「ブランド」があるかもしれません。ここでは、あなたとブランドがつながっています。このように考えると、社会ネットワークは世の中に網目のように張り巡らされていることがわかります。社会ネットワークの集合こそが社会である、と考えることもできるのです。

SNSの話に戻しましょう。SNSでは、人と人とがインターネット上でつながっています。つながりの対象物を人に限定し、つながり合う場所をネット上に限定した社会ネットワーク。それがSNSなのです。SNSは、先端のIT技術が可能にした社会ネットワークの一つの姿とあるということもできるのです。

社会ネットワークは ビジネス成長のカギになることも

つながりの研究は社会学の分野で古くから取り組まれていました。それが今、経営学の分野で注目を集めています。なぜでしょうか？その理由は、社会ネットワークを理解し、活用することがビジネスを加速させる要因になり得るからです。

ある調査結果を紹介しましょう。調査対象は国内の介護施設です。業務の効率やスタッフの仕事に対する満足度を調べていったところ、部署間でばらつきがありました。その原因まで調査したところ、部署内での「つながり」にたどり着いたのです。スタッフ間のコミュニケーションが活発で、役職や担当業務の壁を超えて意見交換しやすい部署では、業務効率も仕事への満足度も高い傾向にありました。つまり、緊密な社会ネットワークを築くことはビジネスに有利に働くのです。

またこの調査では、部署単独では効率的な業務が行われていても、複数の部署が協力して取り組む業務では効率が上がっていないケースも見られました。その原因は、部署同士の社会ネットワークが希薄だったこと。そこで、各部門の橋渡し役となる人の役割強化などを行いました。社会ネットワークの分析は、組織の課題解決へも道を開くのです。

他にも、「社外取締役」を積極的に登用している会社は不祥事を起こしにくいという調査結果もあります。つながりを社内で完結させず、社外ともつながることで企業倫理を保ちやすくしているのです。同じく不祥事に関する調査では、女性役員が存在が不祥事の抑止力になっているという報告もあります。これは、異なる性別とのつながり、すなわち社会ネットワークの多様性が有効に働いていると考えられます。日本企業における女性取締役の割合は先進国の中では最低の水準です。社会ネットワークという観点から見ても、これは由々しき問題なのです。

もう一つ、社会ネットワークが解き明かす面白い現象を紹介しましょう。舞台は京都です。直接的にお互いを知っているつながりを「1段階目」とすると、京都の産業界では、3段階たどると80%ほどの企業をカバーできてしまいます。しかも他地域と大きく異なるのは、つながりがすべての業種にまたがっている点です。通常、社会ネットワークは同業種内などで広がっていきますから、京都は特異だと言えるでしょう。しかし、この特異性こそが京都の財産なのです。



◆ 金光 淳 准教授 ◆ KANAMITSU Jun

修士(社会学)。主な研究テーマは社会ネットワーク。大学で社会学を学び、「つながり」に興味を持ったことから社会ネットワークの研究へと進路を決める。早くからコンピュータを使ったデータ分析に興味を寄せ、独学で学んだコンピュータサイエンスには情報工学の共同特許を持つほど精通している。1988年からMacを愛用。iPadは初期モデルから全機種を所有するほどのヘビーユーザーで、現在の仕事には不可欠なアイテム。岡山生まれの東京・江東区育ち。国技館や相模部屋が身近にあったことから、好きなスポーツの一つは相撲。東京都立両国高校OB。



ネット上のつながりだけがソーシャルネットワークではない。例えば友達との会話や行動もソーシャルネットワーク。学生の皆さんも「大学」という社会の中での一因。視点を変えれば、いろいろなことが見えてくる。

東京や大阪、名古屋などの都市と異なるのを見いだすと、京都の特異性が理解できる。だからこそそこにビジネスチャンスがある。京都が本社の企業が多いのもイノベーションできる環境があるから。

Point of The Lecture

本文中に出てくる重要なキーワードや参考文献。これらによって、より深く先生の研究が伝わるので、独自に調べてみよう。

☆Key Word

ブランド / 社外取締役 / 産業クラスター / スモール・ワールド

○Reference

「イノベーションの普及」
エベレット・ロジャーズ著 (翔泳社)
「普及」という現象が学問分野を超えて起こることを読み取れる書籍。版が進むごとに社会ネットワークの要素が書き加えられているため、最新の第5版がお勧め。



産業クラスター[☆]やスモール・ワールド[☆](コンパクトなつながり)が京都でたくさん生まれ、そこからイノベーションが起こっているのは、京都独自の社会ネットワークのなせる技だと言えるでしょう。

活用の範囲は無量大。 経営学にとどまらない面白さ

社会学や経営学に分類されている社会ネットワークの研究は、実はそれらの分野にとどまらない広がりを持っています。研究の核が「つながり」であり、つながりが存在するところならばすべて研究対象となるからです。私自身も、国際関係について研究を行った経験があります。

つながりはさまざまな要因で強くなり、弱くもなります。先ほどの介護施設の例で言えば、年齢や役職が要因になり得ます。国際関係では、国同士の文化や歴史によってつながりの強弱は変わります。ということは、国家間の社会ネットワークを解き明かすには、それぞれの国の文化や歴史も研究範囲に含まれてきます。あるいは、交通網や情報通信網が国や地域、さらには組織間や個人同士のつながりを左右することもあります。この場合、インフラに関する研究も行うことになるのです。

私は、このことが社会ネットワークを研究することの面白さだと感じています。一つの疑問から新たな疑問が生まれ、それらを解き明かしていく過程で思いもよらなかったような発見にたどり着けるのです。これは社会ネットワークに限ったことではなく、学問が持つ本来の楽しさではないでしょうか。分野や呼び名はあくまでも便宜上のもので、それらにとらわれることなく興味を追究していくのが学問です。社会ネットワークの研究は、そのことを実践・実感しやすい研究だと言えるでしょう。

新たな評価手法を確立し、 産業界に貢献を

現在、大きな興味を持っているのはブランドと人とのつながりです。中でも、「評判」の

しくみや動きを、社会ネットワークという観点から解明していきたいと考えています。評判も社会ネットワークの一種なのです。ただ、どのようにして評判が形作られ、どのように広がっていくのかを調べる手法は今のところ確立されていません。さまざまなデータを収集・分析していき、その中の何に注目し、どのような施策を行うことで企業が期待する評判が生まれていくのかを見つけ出したいと思います。それはきっと、マーケティングをはじめとした企業経営の新たな方策として産業界に貢献できるはずなのです。

幸いなことに京都産業大学がある京都は、国内はもとより世界的に名をとどろかせるブランドです。研究対象としては、これに勝るものはありません。京都を舞台にして、社会ネットワークの持つ知られざる可能性にチャレンジしていきたいと考えています。

「ワコポイント」 高校生のための経営学

経営学は分野の壁を超える

経営学は社会科学の一部とされています。また、さらに大きく分類するなら文系の学問です。しかし、当然のことながら技術系の会社でも経営は行われています。経営学を学んだことによる可能性は、業種という壁を超えるのです。むしろ、他分野への興味が経営学をさらに面白くしてくれるはず。経営やその具体的な施策である人材育成やマーケティングには、必ず「人」が関わっています。人という存在を知ることが経営学をより有効なものにしてくれるのです。これは、文化や芸術、あるいは経済や法律への興味が役立つことを意味しています。また、理系、中でもITに関する知識も大いに役立ちます。経営学を学ぶうえで、膨大なデータを処理し、そこから傾向や対策を読み取るということも行われています。これはコンピュータの得意技です。これからは、ITを駆使した経営がもっと浸透するでしょう。あらゆる興味の角度から入ってくることができ、あらゆる方面へと活用できる。それが経営学の面白さです。