

人のつながりを、リレーションシップ、コミットメント概念を用いて解釈する試み

日本社会事業大学社会福祉学部福祉計画学科
教授 北 場 勉

I 問題意識

現代の日本、特に都市部においては、居住者の地域への帰属意識が弱く、出会いや交流の機会が少なく、趣味や嗜好を同じくする同好関係のみが強いというように「希薄な人間関係」となっている。その一方で、社会的孤立、いじめ等の「人とのかかわりに由来する社会問題」が深刻化している。人とのよいかかわりの関係が現代にも求められている。

人とのかかわりは、地縁・血縁、コミュニティ・アソシエーション、ソーシャルキャピタル、贈与・交換、贈与交換、商品交換、市場交換、経済的交換、社会的交換、交換の当事者を規定する互酬性などの文脈で論じられてきた。

ボランティア活動のような利他的な行為や互酬性（個人ないし集団間で、贈与や扶助を受けたものが義務として返礼をする関係）に基づく相互扶助などの「人とのつながり」を、都市部において、つくり、そのつながりを「継続させる」には、どうしたらよいのか。

以下では、経営学の分野で論じられているリレーションシップ・マーケティングを取り上げる。「リレーションシップ・マーケティング」とは、顧客との間にリレーションシップを構築することで、長期的に見て好ましい成果を実現する、売り手活動のことである。「リレーションシップ」とは、友好的で、持続的かつ安定的な結びつきをいう。経営学者の久保田氏は、リレーションシップを、行為、心理、資源の3側面から構成されるものと考えた上で、買い手の心理的側面（＝コミットメント）の關係に着目している。「コミットメント」とは、特定の交換相手と深く関わろうとする当事者（買い手・顧客）の心理状態を示すものである。

久保田氏は、コミットメントを優れたマーケティング成果に結びつく顧客行動をもたらす心理的媒介要素として位置づけ、コミットメントを高めうる諸条件とその結果生じる顧客行動を説明する「多次元的コミットメント・モデル」を提示した。これは、リレーションシップ・マーケティングの先行研究を整理し、久保田氏の見解で修正・補正し、2つの業種（スポーツクラブと美容院）の利用者と企業の購入・調達の担当者にアンケート調査を行い、モデルの妥当性を検証したものである。

このモデルを使って、ある福祉 NPO が成立し、事業を開始するまでに、その福祉 NPO にかかわりを持った人の心理状態を説明し、どの程度説得的な説明となるかを試そうとするものである。

II 関係の交換におけるつながりの要素とその要素間の連関

1 リレーションシップ・マーケティングとは
経営学者の久保田進彦氏は、マーケティング（商品やサービスの販売を促進する活動）の手法のうち、リレーションシップ・マーケティングに着目する。

リレーションシップ・マーケティングは、売り手と買い手の「関係」に焦点を当てるもので、提供される商品の性能やサービスの遂行に焦点を当てる「顧客満足マーケティング」や顧客の「閉じ込め状態」を形成することに焦点を当てる「囲い込みマーケティング」とは異なる。

また、当事者同士の友好的で、継続的・安定的な結びつき「相互関係」（＝リレーションシップ）が、何故、どのようにつながるのかに焦点を当てて分析する方法である

当事者同士の「相互関係」の形態を、「対立的（パワー）」対「協力的（信頼）」の横軸と「組織（命令）」対「市場（独立）」の縦軸により、以下の4つの分類する（図1参照）。

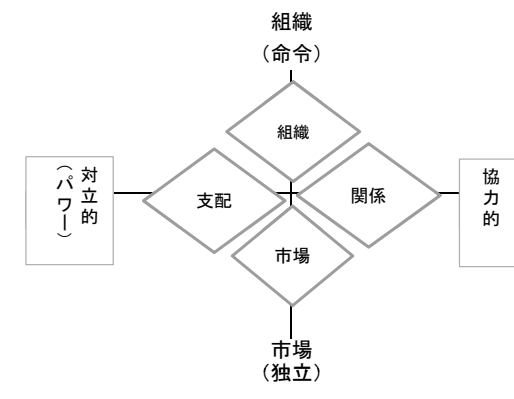


図1 相互関係の形態

支配的交換 パワーによって統御
 組織的交換 垂直的統合・組織的同盟
 市場交換 離散的取引・反復取引
 関係的交換 信頼に基づく協力的なもの
 そして、リレーションシップとしての相互関係を「関係的交換」と命名する。

2 関係的交換

「関係的交換」とは、経済的交換の背後にある、非経済的な「社会的交換」とであるという。つまり、取引において、売り手と買い手の間に商品・サービスと金銭との「経済的交換」が行われるが、それと同時に、経済的交換でない「社会的交換」も行われる。関係的交換はこの社会的交換の一種であるという。

関係的交換は、時間の経過とともに生まれる。必ずしも最初からあるものではない。売り手・買い手の両者の間に黙示的・明示的ルールが生まれ、自らの資源や取引内容を相手に合わせて調整し、また、コンフリクトを避けて協調し合う。その結果、相互に依存し合う間柄となり、複雑で、個人的で、非経済的な満足をもたらすような「社会的交換」が展開されるという。

なお、社会的交換とは、a) 他者の返礼によって動機づけられるもので、心の内では返礼を期待しながら、b) 表向きは自発的な行為という体裁をとる交換の一種であり、c) 特定の義務が課されず、d) 時間的な不均等（返礼の時期が特定されず）、e)

価値的な不均衡（返礼が価値的に釣り合わないことがある）であるという。

この説明は、贈与交換における贈与者と被贈与者の関係における互酬性の倫理の説明と似ている。すなわち、人々が他者と一定の関係を結ぶのは、その関係が各人にとって何らかの意味で報酬をもたらすからである。他者から便益を受けた者はこれと交換に便益を提供すべき明確な法的義務がなくとも、返礼として何らかの便益を提供する事が期待されることである（小林〔2006：294〕）。

3 コミットメント・アプローチにおける要素とその要素間の連関

関係的交換には、関係的交換の当事者の一方が他方の当事者と繋がりとする心理状態（＝コミットメント）と、関係的な行為を遂行するための資源が必要とされる。

コミットメントは、時間的に、まず、①関係を繋ごうとする相手方を理解し、認識する過程があり、②それを通じて関係を繋ぐことを肯定する態度が形成される過程があり、③さらに、「行動意図」が生まれる過程がある。

コミットメントの最終形態である行動意図と関係的交換を遂行する資源によって、「関係的交換」が行われる。この過程を「コミットメント・アプローチ」と命名する。（図2参照）

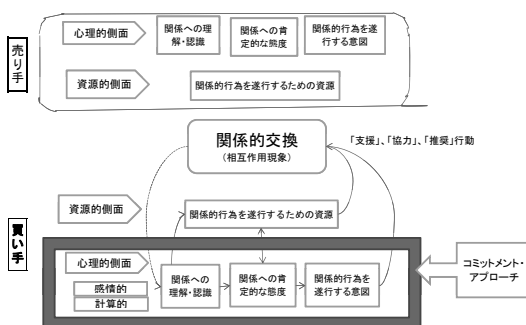


図2 リレーションシップ（＝関係的交換）とコミットメント・アプローチの概念図

4 多次元的コミットメント・モデル

久保田氏は、比較的競争的な環境の下で、買い手との間に長期的かつ友好的な関係を構築するにはどうしたらよいか、また、その結果としてどのような顧客行動が期待できるか説明するため、「多次元的コミットメント・モデル」を作成した（図3参照）。

コミットメントには、関係的交換の相手との同一性の感覚に基づく「情緒」や「評価」を伴う「感情的コミットメント」と、関係的交換の相手との関係から期待される損得勘定に基づく成果を重要と考える「計算的コミットメント」がある。両者はコミットメントの一面を示すもので、共存することが多い。

(1) 形成要因

コミットメントを形成する要因には、接近的要素（それを望む気持ち）と回避的要素（そうせざるを得ない気持ち）とがある。

1) 接近的要素

接近的要素には、相手と自分が共通のカテゴリーに含まれるという認識に基づく「組織的要素」、特定の相手との対人関係に基づく「個人的要素」、相手の意図への信頼に基づく「予防的要素」、相手の能力への信頼に基づく「促進的要素」がある。以下、4つの要素を解説する。

素」、相手の能力への信頼に基づく「促進的要素」がある。以下、4つの要素を解説する。

a) 組織的要素：アイデンティティの親和性の認識 組織レベルで、アイデンティティの類似性を認識し、共感することを通じて生ずる「同一化」の心理

b) 個人的要素：組織境界者との親睦関係 組織を構成するメンバーとの親密な関係である。当事者間の相互作用による構造的特徴（自己開示・物質的便益のための関係でないこと・互惠性）と、当事者の心の中に形成される心理的特徴（受容と肯定性・理解と共感・信頼と誠実性）に分けられる。

c) 予防的要素：組織の誠実性の認識 相手の誠意ある行動（非機会主義的・積極的な行動）が繰り返されることで、組織への誠実性に対する確信＝「信頼」が形成される

d) 促進的要素：知覚された相手の能力 つながりの相手が将来にわたってより多くの便益を提供する高い能力（一般的・属人的能力）を保っていると知覚すること

2) 接近的要素相互間の効果・影響力

接近的要素相互間の効果・影響力について、図3の①～⑥、⑨及び⑩を解説する。

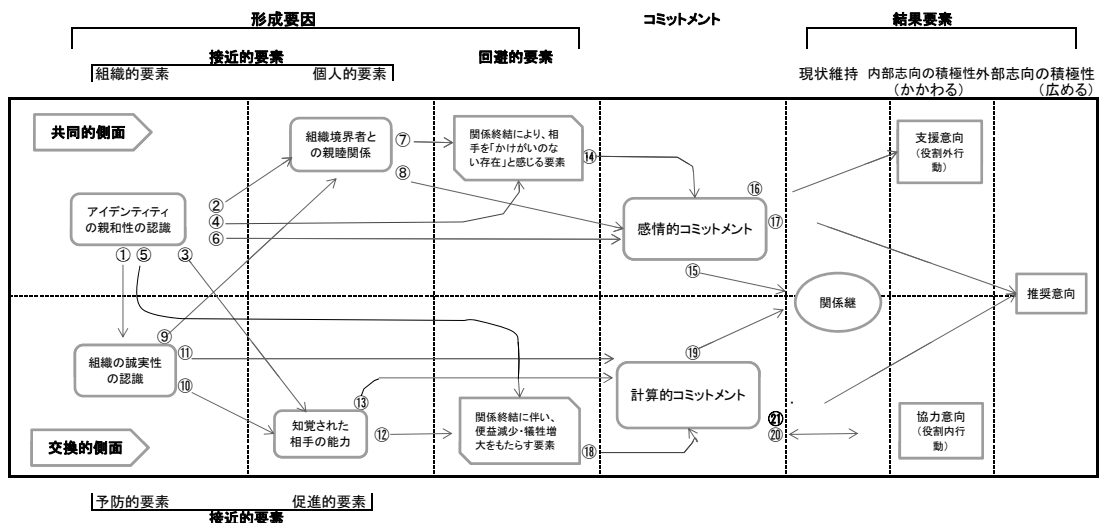


図3 多元的コミットメント・モデル

① 「アイデンティティの親和性の認識」による価値観の共通性が相手に対する信頼感を高め、「組織の誠実性の認識」にプラスに働く。

② 「アイデンティティの親和性の認識」は、「組織境界者との親睦関係」にプラスに働く。

③ 「アイデンティティの親和性の認識」は、a) 同様の問題意識を持ち、b) 価値観の共通性が相手の能力の肯定的評価にバイアスがかかることで、「知覚された相手の能力」にプラスに働く。

⑨ 組織の誠実性の認識は、「組織境界者との親睦関係」にプラスに働く。

⑩ 組織の誠実性の認識は、「知覚された相手の能力」の認識にプラスに働く。

(2) 回避的要素

回避的要素には、長年取引を継続してきた相手との間に形成された独特の知識やノウハウが他の交換相手には見当たらないことによる「外在的要素」と取引相手との間に心理的な絆が形成され、関係の継続を強固にする「内在的要素」がある。

1) 回避的要素の説明

回避的要素の説明は以下の通りである。

a) 外在的要素：関係終結に伴い、便益減少・犠牲増大をもたらす要素 長年つきあいを続けてきた相手との間に形成された独特の知識やノウハウなどが、他の交換相手への移動の妨げとなる要素

b) 内在的要素：関係終結により、相手を「かけがいのない存在」と感じる要素 長年つきあいを続けてきた相手との間に心理的な絆が形成され、関係を強固にする要素

2) 接近的要素から回避的要素への効果・影響力

接近的要素から回避的要素への効果・影響力について図3の④、⑤、⑧及び⑫について解説する。

④ 「アイデンティティの親和性の認識」は、当該関係を希少性の高い交換相手と認識させ、「関係終結に伴い、便益減少・犠牲増大をもたらす要素」との認識にプラスに働く。

⑤ 「アイデンティティの親和性の認識」は、当該関係を希少性の高い相手と認識させ、「関係終結によって、相手を「かけがいのない存在」と感

じる要素」との認識にプラスに働く。

⑧ 「組織境界者との親睦関係」は、「関係終結により、相手を「かけがいのない存在」と感じる要素」にプラスに働く。

⑫ 「知覚された相手の能力」は、「関係終結に伴い、便益減少・犠牲増大をもたらす要素」の認識にプラスに働く。

(3) 感情的コミットメントと計算的コミットメント

1) 要素の内容

コミットメントには、感情的コミットメントと計算的コミットメントがある。その説明は以下の通りである。

a) 感情的コミットメント つきあい相手との一体感や所属感といった同一化を基盤としつつ、それと結びついた愛着や喜びといった情緒及び肯定的評価又は自尊心を伴って構成される、つきあい相手に対する結びつきの感覚と、その相手を重要と認識する意識

b) 計算的コミットメント 現在享受しているまたは今後享受できると思われる benefit と、関係の終結に伴い発生すると予想される cost を照らし合わせた上で生まれる損得勘定に基づいた、つきあい相手に対する結びつきの感覚と、その相手を重要と認識する意識

2) 接近的要素及び回避的要素からコミットメントへの効果・影響力

接近的要素及び回避的要素からコミットメントへの効果・影響力について、図3の⑥、⑦、⑪、⑬、⑭、⑯の説明は以下の通りである。

⑥ 「アイデンティティの親和性の認識」は、「感情的コミットメント」にプラスに働く。

⑦ 「組織境界者との親睦関係」は、「感情的コミットメント」にプラスに働く。

⑭ 「関係終結により、相手を「かけがいのない存在」と感じる要素」は、「感情的コミットメント」にプラスに働く。

⑪ 「組織の誠実性の認識」は、「計算的つながり心理」にプラスに働く。

⑬ 「知覚された相手の能力」は、「計算的コミッ

トメント」にプラスに働く。

⑮ 「関係終結に伴い、便益減少・犠牲増大をもたらす要素」は、「計算的コミットメント」にプラスに働く。

(4) 結果要素（顧客の行動）

コミットメントが生み出す結果要素には関係継続と積極的行動がある。積極的行動は、当該関係の内部に向けられた活動と当該関係の外部に向けられた活動がある。さらに内部に向けられた活動には利己的なものと利他的なものがある。

1) 要素の内容

結果要素の説明は以下の通りである。

a) 現状維持：関係継続意向 関係を離脱しない者の行動の1つ。現在の関係を継続しようとする意向である。

b) 内部志向の積極性：支援意向（役割外的かわり行動） 関係を離脱しない者の行動の1つ。相手を支援する、見返りを期待しないボランティアな利他的行動である。

c) 内部志向の積極性：協力意向（役割内的かわり行動） 関係を離脱しない者の行動の1つ。共通の目的や利益を達成するための、相手に協力する行動であり、自己に利益をもたらす。

d) 外部志向の積極性：推奨意向 関係を離脱しない者の行動の1つ。共通の目的や利益を達成するためだけでなく、相手に対する愛着や親しみから行われる、売り手と関わることを外部に広める利己・利他的行動である。

2) コミットメントの結果要素への効果・影響力

コミットメントの結果要素への効果・影響力について、図3の⑮～⑰、⑲～㉑の説明は以下の通りである。

⑮ 「感情的コミットメント」は、肯定的心理状態であるので、「関係継続意向」を高める。

⑲ 「計算的コミットメント」は、肯定的心理状態であるので、「関係継続意向」を高める。

⑮ 「感情的コミットメント」は、直接自分の利益にならないボランティア的な後見行動、すなわち、「支援意向」にプラスに働く

⑳ 「計算的コミットメント」は、お互いにとつ

て利益となる行動に対する意向、すなわち「協力意向」にプラスの影響を及ぼす。

⑰ 「感情的コミットメント」は、共通の目的や利益を達成するためだけでなく、相手に対する愛着や親しみから行われる、利己・利他的行動である「推奨意向」に影響を与える。

㉑ 「計算的コミットメント」は、共通の目的や利益を達成するためだけでなく、相手に対する愛着や親しみから行われる、利己・利他的行動である「推奨意向」に影響を及ぼす。

Ⅲ NPO 法人「井戸端げんき」に関わった者の関係的交換行為の解釈

1 NPO 法人「井戸端げんき」の開設の経緯と当時の木更津市の状況

(1) 開設者の思い

開設者であるI氏の思いは、木更津でa)「福祉の便利屋」として利用者のためになることだけをやる「場」、b)自由に誰が来てもいい「場」を地域の中に作ることであった。

(2) NPO 法人「井戸端げんき」の設立の経緯と活動内容

2002年5月に、NPO 法人「井戸端げんき」の法人申請が行われ、同年9月に認可される。また、同年11月には高齢者通所介護事業所が開設される。その後の展開は、以下の通りである。

2002年4月 I氏、木更津に移転、社会福祉協議会でボランティア登録、公民館でのチラシ配布・セミナー活動

2002年5月 NPO 法人「井戸端げんき」法人申請

同年9月? NPO 法人「井戸端げんき」認証

同月 公民館で介護セミナー開催、地域財アクション実施

同年 11月 「井戸端げんき」(高齢者通所介護事業)開設

2003年2月 かずさ地域フォーラム開催(市民会館、参加者350人)

2004年10月 共同民家「かっぱや」開設

2005年5月「縁側よいしょ」・「道端よいしょ」(高齢者・知的障害者通所高齢者通所介護事業所)開設

2007年6月、「よろずやげんき」(障害者等のフリースペース:元ケアマネの事務所)開設。

同年12月 イベント「吹く詩の宴」開催(福祉をメジャーなものにするためのイベント)

(3) 当時の木更津市をとりまく状況

当時の木更津市をとりまく状況は、a) 木更津市が市民活動支援事業によって、地域を活性化しようとしていた、b) 本町商店街振興組合が、物件の使用者を探していた、c) 「宅老所」が全国的に注目され始めていた、d) 千葉県がNPO活動を推進していた。

(4) 前期と後期の定義

I氏が木更津に移転してから、高齢者通所高齢者通所介護事業所「井戸端げんき」が開設するまでの期間(2002年4月から同年11月まで)を「前期」、高齢者通所介護事業所「井戸端げんき」の開設後、高齢者通所介護事業所が地域に認められるまでの期間(2002年11月以降)を「後期」と称することとする。

2 後期における男性N氏の関係的行為のコミットメント・モデルによる解釈

2002年11月、木更津市に高齢者通所介護事業所「井戸端げんき」が開設される。高齢者通所介護事業所が開設した当初、当然、利用者は少なかった。そのような状況にあった高齢者通所介護事業所が周辺地域住民に認知され、利用者の増加につながるきっかけとなった利用者の1人が男性N氏である。彼は、元ラーメン店を営み、長年にわたって商店街の世話役を勤めていたが、足腰が弱って車いす生活になり、店を閉じて、高齢者通所介護事業所を利用するようになったのである。しかし、彼は、自己主張が強く、他者の忠告を受け付けられない「関わりのきっかけ作るのが難しい」利用者であった。

ある時、I氏がN氏に「若い者だけで事業を始めたがうまくいかない。何とか助けてくれないか」と援助要請をしたところ、N氏はI氏を連れて商

店街の店々を挨拶して回ったり、高齢者通所介護事業所の利用者を紹介してくれたりし、その後、高齢者通所介護事業所の面倒を見るようになったという。

このようなN氏の行動の変化をコミットメント・モデルに当て嵌めて解釈してみよう。

N氏は介護保険の通所介護サービスを利用して、通所介護サービスを利用し、利用料を払うという点でN氏は高齢者通所介護事業所と「経済的交換」を行っていたといえる。ところでN氏は「関わりのきっかけ作るのが難しい」利用者であった。想像するに、例えばハビリのために、こうしたらいい、あしたらいいと指示されることが嫌だったのか、商店街の世話役であった自分を認識してくれないことに不満を感じていたのかもしれない。

I氏がN氏に「援助要請」をした後にN氏がとった行動は、関係的交換の「支援」(役割外的行動=相手を支援する、見返りを期待しないボランティア的な利他的行動)に該当すると思われる。

コミットメント・モデルによれば、「支援意向」は、「感情的コミットメント」、すなわち、「つきあい相手との一体感や所属感といった同一化を基盤としつつ、それと結びついた愛着や喜びといった情緒、及び肯定的評価又は自尊心を伴って構成される、つきあい相手に対する結び付きの感覚と、その相手を重要と認識する意識」からプラスの影響を受ける。

その「感情的コミットメントの生成」には、「アイデンティティの親和性の認識」、「組織境界者との親睦関係」(親密な関係)及び「関係終結により、相手を「かけがいのない存在」と感じる要素」(長年つきあいを続けてきた相手との間に心理的な絆が形成)がプラスの影響を与えている。

N氏の行動の変化をもたらしたのは、I氏のN氏に対する「援助要請」であった。I氏から援助の要請を受けたN氏は、商店街の世話役を勤めたという経歴を再認識し、I氏(NPOという組織の境界者)との間に要請者―世話人という親密な関係を結ぶきっかけとなったと考えられる。N氏

は、長年世話役を勤めていたこと（資源）を利用して、支援行動を起こしたと解釈できる。

これを示すと、以下のような流れとなる。

組織の境界者との親睦関係→感情的コミットメント→支援

3 後期における病院のST(言語療法士)の関係的行為のコミットメント・モデルによる解釈

2で記述したN氏と同様に、高齢者通所介護事業所の利用者増加のきっかけとなったもう一人は、地元の病院からの紹介で受け入れた脳卒中の後遺症で失語症となった男性であった。その男性が高齢者通所介護事業所の利用によって生活全般に意欲的になり、みごと回復したのである。それがその男性及びその家族を介して伝わり、その男性が通院していた病院関係者の間でも「デイサービスが直した」と評判となったという。その後、当該病院の担当ST(言語療法士)が脳卒中による失語症のある者を高齢者通所介護事業所に何人も紹介したというのである。

このようなSTの行動をコミットメント・モデルに当て嵌めて解釈してみよう。

失語症であった男性と高齢者通所介護事業所とは介護保険の利用を通じた経済的交換があるが、病院のSTと高齢者通所介護事業所との間に経済的交換は存在していない。

病院のSTが利用者を高齢者通所介護事業所に紹介した行為は、関係的交換の「協力」、すなわち、役割内行動＝共通の目的や利益を達成するために、相手に協力する行動であり、自己に利益をもたらす、に該当すると思われる。

コミットメント・モデルによれば、「協力意向」は、「計算的コミットメント」、すなわち、「現在

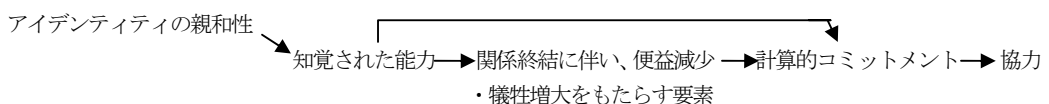
享受しているまたは今後享受できると思われる benefit と、関係の終結に伴い発生すると予想される cost を照らし合わせた上で生まれる損得勘定に基づいた、つきあい相手に対する結びつきの感覚と、その相手を重要と認識する意識」からプラスの影響を受ける。

その「計算的コミットメントの生成」には、「組織の誠実性の認識」、「知覚された相手の能力」、「関係終結に伴い、便益減少・犠牲増大をもたらす要素」がプラスの影響を与え、さらにこれら3つの要素それぞれに、「アイデンティティの親和性の認識」がプラスの影響を与える。

STにとって、自分の勤務する病院が紹介した失語症の男性が高齢者通所介護事業所の利用によりみごと回復したという評判は、「この高齢者通所介護事業所が失語症を理解している」とその治療能力を認識することになった。これは、「知覚された相手の能力」に該当する。また、高齢者通所介護事業所という福祉施設であっても治療能力を持つという点で、STの社会的役割との同一性を認識させたと思われる。これは、社会的魅力に基づくアイデンティティの親和性の認識に該当する。「アイデンティティの親和性」は、コミットメント・モデルの③にあるように、a) 同様の問題意識を持ち、b) 価値観の共通性が相手の能力の肯定的評価にバイアスがかかることで、「知覚された相手の能力」にプラスに働く。

結局、STは、失語症患者を直したいという専門職の思いから、高齢者通所介護事業所の失語症を回復させる能力を買って、高齢者通所介護事業所との間に利用者を紹介するという協力という関係的行為を行ったといえる。

これを示すと以下のような流れになる。



4 前期における最初に職員となった二人の関係的行為のコミットメント・モデルによる解釈

高齢者通所介護事業所の最初のスタッフは二人の女性であった。

一人は特別養護老人ホームで2年間働いていたが、その施設の介護に疑問を抱くようになり、退職した女性Aである。I氏がその女性の働いていた施設の生活相談員から紹介され、その女性を説得して職員（施設長）になってもらったのである。

もう一人は、10年間勤務していたデパートで介護用品売りに配属になったことから介護に関心を持ち、ヘルパー資格を取得し、また、I氏が木更津のボランティアセンターで開催したセミナーの手伝いをしたことのある女性Bである。I氏は、協力者を経て、開所直前に常勤職員に就任することを要請したという。

I氏は、井戸端げんきのミッションを、①「福祉の便利屋」として利用者のためになることだけを、自由にやってみたかった、②「自由に誰が来てもいい「場」が地域の中にあってよい、というふうに語っていた。

しかし、地縁のない若者が始めようとする実験的な事業のスタッフになろうとした動機は何だったのだろうか。この二人の行動をコミットメント・モデルに当て嵌めて解釈してみよう。

この二人とI氏の関係は、労働契約の当時者であることである。しかし、その背景にその高齢者通所介護事業所で働いてみようとする意欲がある。それは、「協力」、つまり、役割内行動＝共通の目的や利益を達成するための、相手に協力する行動であり、自己に利益をもたらす、に該当すると思われる。

コミットメント・モデルによると、「協力意向」は、計算的コミットメントからプラスの影響を受ける。

その「計算的コミットメント」は、「組織の誠実性の認識」、「知覚された相手の能力」、「関係終結に伴い、便益減少・犠牲増大をもたらす要素」からプラスの影響を受ける。また、「組織の誠実性の認識」は「アイデンティティの親和性の認識」からプラスの影響を受け、「知覚された相手の能力」は「アイデンティティの親和性の認識」と「組織の誠実性の認識」とからプラスの影響を受け、「関係終結に伴い、便益減少・犠牲増大をもたらす要素」は「アイデンティティの親和性の認識」と「知覚された相手の能力」とからプラスの影響を受ける。

しかし、高齢者通所介護事業所はまだ開設されておらず、終結する「関係」も未だ未成立なので、「組織の誠実性の認識」、「関係終結により、相手を「かけがいのない存在」と感じる要素」、「関係終結に伴い、便益減少・犠牲増大をもたらす要素」を除外して考える。

スタッフの一人は従来の施設介護に疑問を抱いて退職をしている。もう一人のスタッフはデパート勤務の中で介護用品売りに配属になったことから在宅介護に関心があることが伺える。I氏のミッションは、地域の福祉の便利屋になることであった。

地域での介護の必要性という点で二人のスタッフはI氏と共通の認識を持っていたと考えられる。「アイデンティティの親和性」は、コミットメント・モデルの③にあるように、a) 同様の問題意識を持ち、b) 価値観の共通性が相手の能力の肯定的評価にバイアスがかかることで、「知覚された相手の能力」にプラスに働く。さらに、I氏の説得やI氏のセミナーを手伝う過程で、それぞれ、I氏の熱意や考え方に共感した部分があったのではないか。

これを示すと以下のような流れとなる。

アイデンティティの親和性→知覚された能力→計算的コミットメント→協力

5 前期における「チャレンジ若者ファンド」の T氏の関係的行為のコミットメント・モデルに よる解釈

1997年に神奈川県川崎市から東京湾を横断して千葉県木更津市へ至る東京湾アクアラインが開通し、人・物の流れが変わった。2000年に大型百貨店「そごう」が閉鎖し、駅前のスーパーも撤退した。木更津市の中心市街地には空き店舗が多くなった。

木更津市はコミュニティビジネス育成による中心市街地の活性化を目指して「市民活動支援事業」を立ち上げた。同事業の一環として、市民団体の活動や市民起業家の創業を支援する事業を企画・運営する中間支援団体を公募し、T氏の経営する有限会社が選ばれた。こうして、同社が起業家の起業支援を行う「チャレンジセンター LET'S きさらぎ」を企画・運営することになった。

本町商店街は、木更津駅から徒歩5分のところにあるが、ここでも空き店舗が多くなり、地域住民が徒歩や自転車で生鮮食品を買える商店がほとんどない状況になった。本町商店街は、振興組合を結成し、商店街の空き店舗（店主が夜逃げをして競売にかけられた店舗）を購入して地元農家の生産した野菜等の食料品を売る農産物直売センターを開設した。また、空き店舗に付属していた住居の借り手を探していた。振興組合は、農産物直売センターの売上確保や運営維持以外に商店街が新たな住民の集まる場所になることを目指していた。

高齢者通所介護事業所を起業しようとしていたI氏は「チャレンジセンター LET'S きさらぎ」のT氏の紹介で農産物直売センターに付属している住居を格安の家賃で借り、住居にあった食器や家具はそのまま使い、足りない備品はT氏のアイデアによる「地域財オークション」で介護セミナーの参加者が提供を申し出たもので賄った。この介護セミナーの開催はT氏らがプッシュしてくれたお陰で地元新聞に大きな記事で報道された。その後、T氏は、2007年12月にI氏が主導して行われた「吹く詩の宴」イベントの事務局に参加し、

渉外事務を一手に担ったという。

T氏のこれらの行動をコミットメント・モデルに当て嵌めて解釈してみよう。

T氏の会社が行った起業支援活動は、木更津市から委託された事業であるから、T氏のI氏の事業への支援はT氏の受託事業に含まれるといえる。しかし、どの起業家に、また、どのような支援を行うかについては、T氏らの裁量に任されていたように思われる。

T氏の行動は、「協力」、つまり、役割内行動＝共通の目的や利益を達成するための、相手に協力する行動であり、自己に利益をもたらす、に該当すると思われる。

「協力意向」は、計算的コミュニティからプラスの影響を受ける。

この「計算的コミットメント」は、「組織の誠実性の認識」、「知覚された相手の能力」、「関係終結に伴い、便益減少・犠牲増大をもたらす要素」からプラスの影響を受ける。また、「組織の誠実性の認識」は「アイデンティティの親和性の認識」からプラスの影響を受け、「知覚された相手の能力」は「アイデンティティの親和性の認識」と「組織の誠実性の認識」とからプラスの影響を受け、「関係終結に伴い、便益減少・犠牲増大をもたらす要素」は「アイデンティティの親和性の認識」と「知覚された相手の能力」とからプラスの影響を受ける。

しかし、高齢者通所介護事業所はまだ開設されておらず、終結する「関係」も未だ未成立なので、「組織の誠実性の認識」、「関係終結により、相手を「かけがいのない存在」と感じる要素」、「関係終結に伴い、便益減少・犠牲増大をもたらす要素」は除外して考える。

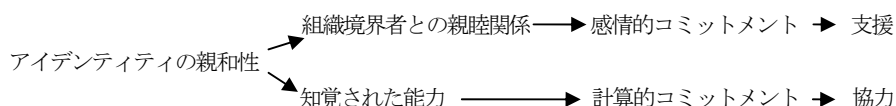
I氏は木更津で①「福祉の便利屋」として利用者のためになることだけをやる「場」、自由に誰が来てもいい「場」を地域の中で作りたかった。I氏は、自分のやりたいことを理解し、力を貸してくれ、いざというときに頼りになる仲間を搜した。社会福祉協議会のボランティアの登録にいたり、公民館でセミナーを開いたりした。しかし、

I氏のやりたいことを理解できた人はほとんどいなかったという。

もともと「起業」や「コミュニティビジネス」に興味を持っていたT氏は、I氏の高齢者通所介護事業の創設活動をコミュニティビジネスと捉えたと思われる。この二つを共に「地域」に関わるものと認識し、また、「地域をよくする」ものと評価したと考えられ、社会的同一性が成立したと思われる。社会的同一性は「アイデンティティの親和性」を導く経路の一つであるが、この「アイデンティティの親和性」は、コミットメント・モデルの③にあるように、a) 同様の問題意識を持ち、b) 価値観の共通性が相手の能力の肯定的評価にバイアスがかかることで、「知覚された相手の能

力」にプラスに働く。T氏はI氏の活動を有望と考えて、2000年から木更津市の事業に関わってきたことによる地域情報を生かし、本町商店街の空き店舗の付属の住居を紹介し、破格の家賃（無料ではない）で借りさせ、不足の備品は地域財オークションという手法を教えて、地域住民から無料で提供させている。I氏への起業支援はT氏が委託された業務の内容でもあるが、I氏の活動をマスコミに掲載させたり、5年後の2007年に、I氏の主導したイベントに関わったという点から、感情的コミットメントも働いていたように思われる。

これを示すと以下のような流れになる。



IV 「つながり」の「形成」・「継続」に必要な要因と課題

I氏が木更津に来て(2002年4月)、NPO法人「井戸端げんき」が設立され(同年9月)、高齢者通所介護事業所が開設され(同年11月)、地域の人々に知られるようになるまでの1年ほどの間に、I氏や高齢者通所介護事業所に関わった5人がI氏や高齢者通所介護事業所にどのような感情を抱いてかわりを持ったのかをコミットメント・モデルに当て嵌めて解釈を行った。

その結果、感情的コミットメントからくる「支援」が一人、「計算的コミットメント」からくる「協力」が三人、両方のコミットメントからくる「支援」+「協力」が一人ということになった。協力の四人はI氏の個人的な魅力よりは、I氏が行おうとした事業の理念・あり方・効果に共感し、社会的同一性を感じたと思われる。すなわちSTは「失語症を治す」という点で、二人の女性は、「地域で生活する高齢者の介護」という点で重なり合う部分があったと考えられる。

そして、T氏は「コミュニティビジネスの起業

という点で重なり合うとともに、I氏との親睦関係もあったと考えられる。久保田氏のコミットメント・モデルは、つながりの形成にかかわる心理的要素として、「アイデンティティの親和性」、「組織境界者との親睦関係」、「組織の誠実性の認識」、「知覚された相手の能力」をあげる。

そのうち「アイデンティティの親和性」を起点として多くの要素にプラスの影響を与えていることが分かる。アイデンティティの親和性の「同一化」は、①個人的な親密な関係、つまり、ある特定の相手と対人相互作用を繰り返すことで、互いの性格、態度、行動、その他について理解し合うこと(個人的魅力)と、②ある相手を、自分が所属している社会集団と結びついている価値・情緒(社会的アイデンティティ)に照らし、自分と同じ集団に属すると知覚されること(社会的魅力)から生まれるとする。

久保田氏の多元的コミットメント・モデルは、諸外国の研究者のリレーションシップ・マーケティング理論を日本の現実に合わせて嵌めたものだという。このような理論をそのまま日本の福祉の現

場に当てはめることができるかについては検討の余地がある。また、取り上げた事例が日本の福祉の現場を代表する訳ではなく、この結果を鵜呑みにすることはできない。

しかし、現代の日本、特に都市部において、人のつながりを創る要素やそれがもたらす影響を探求する必要があるように思われる。それは、地域における福祉、ボランティアの養成、まちづくりの促進に示唆する所があるのではないかと思う。

参考文献

久保田進彦 2012『リレーションシップ・マーケティング

ング コミットメント・アプローチによる把握』有斐閣

小林公 2006「互酬性」大庭・井上・加藤・川本・神崎・塩野谷・成田編集『現代倫理学辞典』弘文堂

桜井英治 2011『贈与の歴史学 儀礼と経済のあいだ』中公新書

今村仁司 2000『交易する人間 贈与と交換の人間学』講談社選書メチエ

松尾麻衣子 2013「木更津の地域住民が見た宅老所「井戸端元気」が歩んだ道—居場所の創造」『本学卒業論文』