

ホスピタリティ産業従業員の 地域愛着とESに関する研究

— 宿泊業・小売業・飲食業の比較を通して —

静岡英和学院大学 人間社会学部 准教授

崔 瑛

要約

勤め先地域の魅力を伝える存在として、ホスピタリティ産業従業員の役割は大切であり、彼・彼女らの持つ地域への理解や愛着は、顧客満足をあげるサービス提供の重要要因の一つといえる。

本研究は、働く場所としての地域に対する愛着醸成の重要性に着目し、ホスピタリティ産業従業員の地域愛着とESに対して、地域属性への評価や地域との関わり度合が与える影響を検証したものである。地域愛着に影響を与える因子として、「住民との接触」「地域の優良資源」「顧客との情報共有」「生活・業務上の利便性」を抽出し、これらの因子と地域との関わりを説明変数として、地域愛着・ESへの影響を把握した。また、宿泊業・小売業・飲食業の差を比較し、業種による特徴を確認した。

キーワード

ホスピタリティ産業, ES, 地域愛着

I. 研究の背景と目的

ホスピタリティ産業の従業員の地域愛着は、ES（従業員満足）と関係する可能性があるが、現時点においてホスピタリティ産業のESと地域愛着との関係に着目した研究は十分とはいえない。本研究は、ホスピタリティ産業のESを考えるうえで、今まであまり研究されてこなかった「勤め先地域に対する愛着」という概念を用いて、要因間の関係を考察した。研究対象とする業種は、宿泊業・小売業・飲食業を設定し、3業種における従業員の勤め先地域に対する愛着の規定要因、地域愛着がESに与える影響を明らかにすることを目的とした。

II. 調査の概要と分析

本研究の分析には、日本全国の宿泊業・小売業・飲食業の従業員に対するウェブ調査（2015年02月10日～2月11日）のデータを用いた。業種別に206サンプルを得た。618サンプルのうち、男性223名、女性395名で女性割合が高く、平均年齢は39.7歳であり、332名（53.7%）

の回答者が50人未満の小規模企業に勤務していた。392名（60.0%）がパート・アルバイトや契約社員として働いていた。

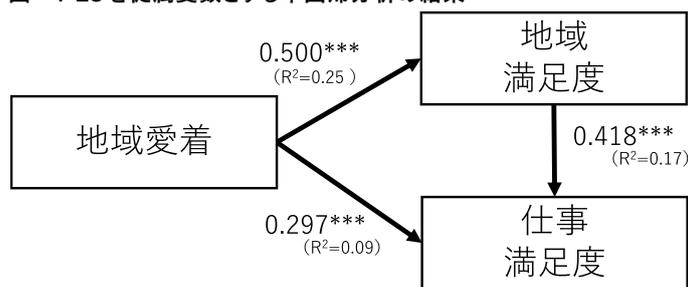
地域愛着を規定する要因を把握するため、地域属性の評価/地域との関わり度合の16項目を用いた因子分析（最尤法、バリマックス法）を行った。分析結果、「住民との接触」「地域の優良資源」「顧客との情報共有」「生活・業務上の利便性」の4つの因子が得られた。因子得点、年齢と出身地ダミーを説明変数として設定し、重回帰分析を行った（表-1）。いずれの因子も統計的に有意であり、「住民との接触」と「生活・業務上の利便性」は比較的に重要な変数であることが分かった。

また、出身地ダミーは有意な変数であることが確認された。次いで、地域愛着とESの関係を検証するために、地域満足度（この地域で働くことに満足している）及び仕事満足度（現在の仕事に満足している）を従属変数とした単回帰分析をそれぞれ行い、結果を図式化した（図-1）。この結果から地域愛着が地域満足度に影響を及ぼすことが示唆された。また、調整済み決定係数は低い（0.09）が、

表—I 地域愛着を従属変数とした重回帰分析

変数	偏回帰係数	標準誤差	標準偏回帰係数	t値	判定
第1因子「住民との接触」	0.608	0.046	0.394	13.2415	**
第2因子「地域の優良資源」	0.369	0.046	0.240	8.0272	**
第3因子「顧客との情報共有」	0.325	0.046	0.208	7.0425	**
第4因子「生活・業務上の利便性」	0.601	0.047	0.374	12.6645	**
年齢	0.008	0.004	0.060	2.0258	*
出身地ダミー	0.390	0.091	0.128	4.2950	**
定数項	3.207	0.168		19.1118	**
サンプル数	618				
調整済み決定係数	0.47				
p値	p<0.001				

図—I ESを従属変数とする単回帰分析の結果



*** : p<0.001

地域愛着が仕事満足度にも影響を与える点について統計的に有意な結果を確認した。この推定結果から、地域愛着が地域満足度を高め、地域満足度は仕事満足度にポジティブな影響を与える好循環を期待できると解釈した。

を把握し、これらの因子が地域愛着とESに与える影響について検証した。また、地域愛着と地域満足度、地域愛着と仕事満足度、地域満足度と仕事満足度の間の関係を検証し、地域愛着がESにポジティブな影響を与える可能性を確認した。

III. 結論

本研究では、ホスピタリティ産業従業員のESを考えるうえで、働く場所としての地域に対する愛着醸成の重要性に着目し、地域愛着とESが地域属性への評価や地域との関わり度合から影響を受けるか、また、ESは地域愛着から影響を受けるかを検証した。「住民との接触」「地域の優良資源」「顧客との情報共有」「生活・業務上の利便性」