

|              |                                                                                                                                                   |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Title        | アントレプレナーシップ・モチベーション                                                                                                                               |
| Author(s)    | 金間, 大介                                                                                                                                            |
| Citation     | 年次学術大会講演要旨集, 32: 854-857                                                                                                                          |
| Issue Date   | 2017-10-28                                                                                                                                        |
| Type         | Conference Paper                                                                                                                                  |
| Text version | publisher                                                                                                                                         |
| URL          | <a href="http://hdl.handle.net/10119/14960">http://hdl.handle.net/10119/14960</a>                                                                 |
| Rights       | 本著作物は研究・イノベーション学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Research Policy and Innovation Management. |
| Description  | 一般講演要旨                                                                                                                                            |

○金間大介（東京農業大学）

## 1. はじめに

いまや経済成長に関する議論において、起業家精神（アントレプレナーシップ）の重要性を指摘する文献は枚挙に暇がない。Galloway and Brown (2002), Shane and Venkataraman (2000) など、多くの研究報告が起業家（アントレプレナー）の経済社会における役割の大きさを指摘している。Luthje and Franke (2003) によると、近年の市場の国際化やニーズの多様化は、有能な個人に対し、既存企業の代わりとなる、より効果的な機能として新しいビジネスの創造を想起させるのに十分な要因となる。

日本においてもアントレプレナーシップに対する注目度は高い。これまでに「大学発ベンチャー1000社計画」（2005年）、「産業競争力強化法」（2013年）、「研究開発力強化法（改正）」（2013年）など、多様な施策が講じられてきた。その結果、大学発ベンチャーの市場価値が1兆円を超えるなど、その成果は着実に拡大してきた。

ただし、世界と比較するとその規模はまだ小さい。そのため、この原因を探るべく、起業資金、法制度、公的支援など、アントレプレナーシップを発揮するための仕組みや制度に関する様々な課題の検討がなされている。近年では、「ベンチャー・チャレンジ2020」が日本経済再生本部によって策定され、ベンチャー支援の強化と整理がなされると同時に、具体的な数値目標が掲げられている。また、「オープンイノベーション共創会議」が2017年1月に文部科学省にて立ち上げられ、産学官連携活動やベンチャー創出による日本経済の活性化とその方策が議論されることとなった。

しなしながら、これらの議論には欠けている点がある。それが実際にアントレプレナーシップを発揮する側の視点である。特に将来のベンチャー予備軍と言える若手の起業意欲に関しては、まだまだ議論が乏しく、またそのための検討材料となる研究報告も国内ではほとんど見られない。そこで本研究ではこの課題をストレートにリサーチクエスチョンに落とし込み、定性・定量の両面からアプローチを試みる。その上で、現在の大学生や大学院生がどのようなアントレプレナーシップ・モチベーションを抱えているのかについて説明していく。

## 2. 先行研究：アントレプレナーシップ・モチベーション

アントレプレナーシップの育成や実現、気質に関する研究領域は広い。そのため多岐に渡る文献がこの課題について触れているが、それらを整理すると大きく分けて次の3点に集約される。

- A) アントレプレナーシップを育成する仕組みや教育プログラムに関する課題
- B) 意欲、態度、場の形成など、アントレプレナーの気質に関する課題
- C) 歴史、国民性、商習慣など、国や地域によって異なる文化や地理的要因に関する課題

## A) アントレプレナーシップを育成する仕組み・教育プログラム

世界的にはこの領域に関して一定の研究蓄積があるものの、国内ではあまり多くの研究報告は見られない。しかし驚くことに、アントレプレナーシップ教育は1930年代から行われており、しかもその起点は日本であったと言われている（Kuratko, 2005）。その後、40年が経過した1970年代に米国でもアントレプレナーシップ教育のプログラムが立ち上げられ、1980年代にかけて全米の大学に広がった。

日本でも、数は多くないながらも着実にトライ＆エラーを繰り返しながら実例を積み重ねている。小倉（2010）によると、専門職大学院の設置や既存の研究科におけるアントレプレナーシップ関連専攻の拡充のほか、基本的な取り組みとして、対象者が大学院生に限らない教育プログラムの立ち上げやセミナーの強化がなされている。

## B) アントレプレナーの気質

アントレプレナーの気質や起業意欲については、残念ながら最も研究蓄積が乏しい領域と言える。これは当領域が心理学、経営学、教育学など学術的に多岐のディシプリンにおよぶため、研究成果が集約されにくいという構造的問題も影響している。

ただし、やはり国内では乏しいものの、世界的には一般にアントレプレナーシップ・インテンションというキーワードで研究蓄積が急速になされている。特に、アントレプレナーシップ教育の効果はこのアントレプレナーシップ・インテンションの向上に表れているとする研究報告は多い。

しかし、このようにアントレプレナーシップ教育と起業意欲のポジティブな関係を報告する研究がある一方、ネガティブな関係を見出したり、あるいは全く関係がないと主張する研究もある。Von Graevenilz, et. al. (2010) はドイツの大学における調査の結果、起業意欲はアントレプレナーシップ教育を施した後に緩やかに低下したと報告した。また、必須化されたアントレプレナーシップ教育への参加の前後で、起業意欲に対する有意な変化は計測されなかったとする研究もある (Favolle, et. al., 2006)。

このように、アントレプレナーの気質やその向上要因はまだ未解明な要素が多い。これは先に述べたように、根拠とする理論や学術分野が多様であるため、研究課題に対するアプローチもまた様々であること、また起業意欲というのは極めて複雑な要素から構成されており計測が難しいこと、アントレプレナーシップ教育のプログラム内容が提供者によって大きく変わり得ることなどが理由として考えられる。

## C) 国・地域等に起因する文化的背景の差異

Giacomin et. al. (2011) は米国、中国、インド、ベルギー、スペインの大学生を対象としたアントレプレナーシップに関する比較研究を実施し、各国の文化的側面に起因する違いを報告している。また、Pruett et. al. (2009) は、中国ではアントレプレナーシップの文化はあまり強くなく、ベンチャーの起業等に対し家族が反対する例も多いと報告している。かつての韓国も比較的その傾向が強かった。

このように世界的には少しずつ分析が進められる一方、日本ではまだ関連した研究報告はほとんど見られない。一般的には、上述の中国や韓国と同様、あるいはそれ以上に現在の日本ではアントレプレナーシップを醸成する文化的・社会的背景は得られていないと言われることが多い。ただし、このようにアントレプレナーシップに対する国民的理解が乏しい文化を持つ国の方が、よりアントレプレナーシップ教育のインパクトが大きいと主張する研究もある (Lee, et. al., 2005)。

## 3. 本研究の焦点

以上の A) B) C) の課題は、排他的な構造にはなっておらず、むしろ密接な関係にあると言える。その性質を考えると、B) は大学生や大学院生個人の内的な気質の問題であるのに対し、A) はその駆動力や補助装置にあたる位置づけにある。C) はこれらの背景や環境となる要素であり、少なくとも短期間ではコントロールできるものではない。

先に述べたように、A) については一定の議論が積み重ねられており、実際にその方策も進化を見せている。本研究の問題意識は主に B) にある。仮にアントレプレナーシップを誘発する仕組みの充実化が図られたとしても、受け取る側にとってそのコンテンツやインセンティブが効果的でなければ意味はない。本研究では、それらの間に何らかのずれが生じているのではないかという問題意識のもと、将来のベンチャー予備軍である大学生や大学院生を対象として、彼らのアントレプレナーとしての気質に焦点を当てる。具体的には、以下の問いを立て、その解を探る。

- ① 日本の大学生や大学院生は、諸外国と比較して、どのくらい起業意欲を持っているのか？
- ② 日本の大学生や大学院生が起業を意識する際の代表的なモチベーションは何か？ 諸外国と比較して違いはあるのか？
- ③ 日本の大学生や大学院生が起業を意識する際、どのような障壁を感じているのか？ 諸外国と比較して違いはあるのか？

## 4. データ

本研究の分析で活用するデータは、2015 年 12 月から 2016 年 1 月にかけて集められた。対象は日本の大学院に所属する自然科学系の大学院生（博士前期課程）である。アンケートは匿名で行われ、回答

者は調査の最初に調査員から回答結果の取り扱いや分析方法に関する案内を受けた。

実際の調査は日本国内の2つの大学院で行われた。1つ目の大学院では機械工学や物理・化学工学を専攻とする院生を対象に、2つ目の大学院では経営系を専攻する院生を対象に行われ、合計で121名が回答に参加した。最終的に、すべての設問に適切に回答した114名分を本研究の分析母集団とした。

調査票のフェイスシートでは、専攻、性別、学年、奨学金の受領の有無、博士後期課程への進学希望の有無を尋ねており、114名のうち84名が男性、30名が女性であった。また、85名が博士前期課程1年、29名が博士前期課程2年であった。

調査票は、Giacomin et al. (2011)をベースに作成された。この調査は米国、中国、インド、ベルギー、スペインの5カ国において数回にわたり実施されたものであり、全て経営系の学生を対象としている。本研究ではこの調査の調査票を当該論文の筆者から受け取り、日本語に翻訳したものに、独自にいくつかの設問を加えた上で実施した。ほとんどの設問に対する回答は、5段階あるいは7段階によるリッカート・スケールで構成された。

なお、Giacomin et al. (2011)は調査を行った5カ国全てで大学生を対象としている。そのため、本研究の問題意識はより深い知識を持ち、起業にも近い存在である大学院生をターゲットとしているが、諸外国との比較を可能にするため、大学生に対しても同様のアンケート調査を行った。調査は2017年4月に日本国内にある大学にて行い、これも先行研究との類似性を高めるため、経営系学科に所属する2、3年生を対象とした。アンケートは通常の講義時間中に行い、回答数は145名であった。

## 5. 結果

図1は大学生および大学院生の起業意欲の度合いを7段階で問うた結果である。日本以外のデータはGiacomin et al. (2011)から引用した。また、(Gr)としているのが大学院生であり、それ以外は大学生の結果である。

一見して日本以外の5カ国の結果はほぼ類似しており、3から5の間に大多数が収まっているのに対し、日本人学生の起業意欲の低さが顕著である。特に日本の大学生の起業意欲の低さは目立っており、大学院生ではそれがわずかに向上している。そもそも日本の学生は諸外国と比較して起業に興味を持っていないことが顕著にわかる。

図1 学生の起業意欲

(日本のデータは筆者調査による。米国、中国、インド、ベルギー、スペインはGiacomin et al. (2011)による)

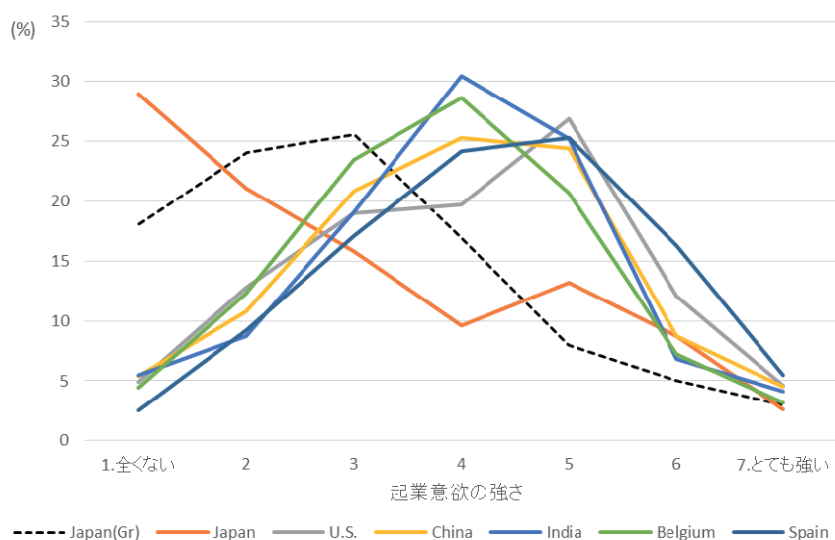


図2は学生が起業を意識する際の主なモチベーション項目について、それぞれ5段階で点数づけた結果である。日本のデータ、および日本以外の5カ国については図1に準ずる。日本以外の5カ国は、一部の項目で異なる傾向を示す国があるものの、全体的に似通った傾向を示している。それを踏まえた上で、ここでのポイントは次の2点である。

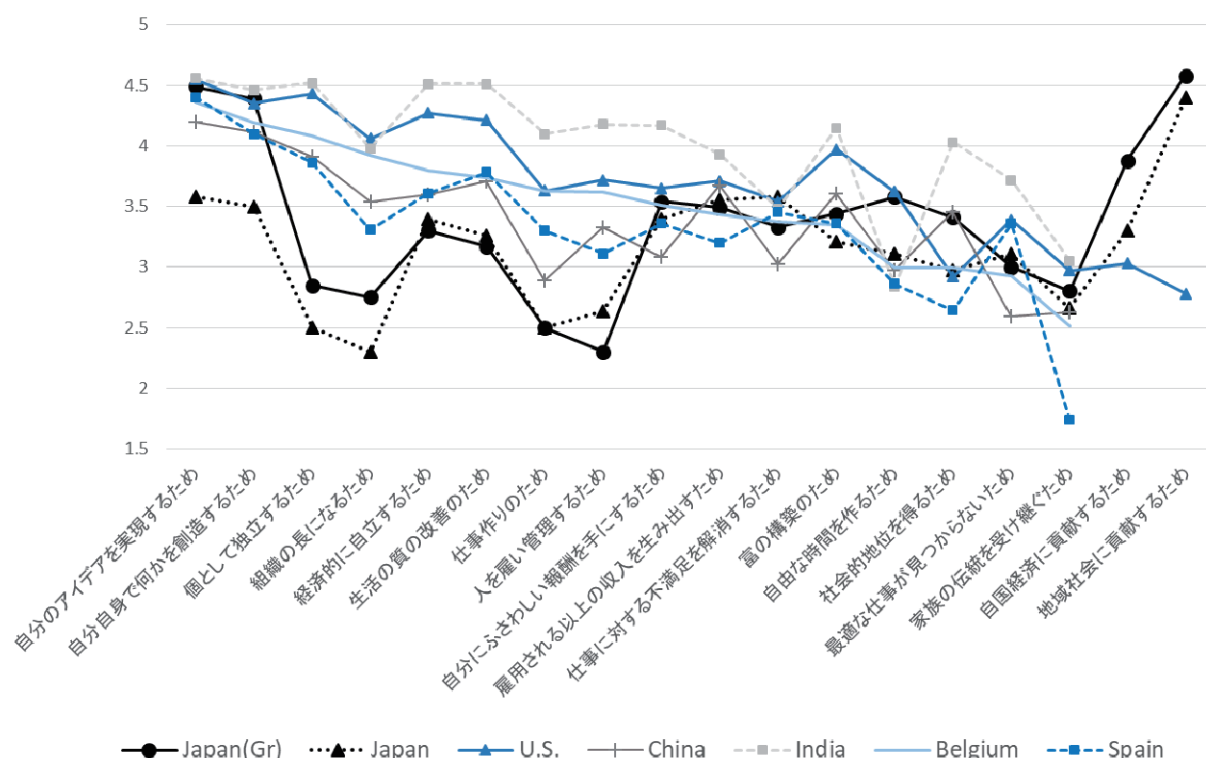
1つ目は、他国では比較的高い指数を示している項目において、日本の指数が大学生、大学院生とも

に低いことである。特に、「個として独立するため」「組織の長になるため」「仕事造りのため」「人を雇い管理するため」の4項目は目立つ低さとなっている。これらの項目は主に起業の目的がリーダーシップの発揮につながるという点で共通している。

2つ目のポイントは、本研究で新たに先行研究に加えた右端の2項目である。これらの項目において、諸外国の中で米国だけデータが得られているのは、本研究を遂行するにあたり、米国の大学に協力を得ることができたためである。そこで日本との比較が可能となった。これらを見ると明らかな通り、日本の学生は特に「地域社会に貢献するため」という項目において高い指数を示している。

図2 学生が起業を意識する際の主なモチベーション

(日本のデータは筆者調査による。米国、中国、インド、ベルギー、スペインは Giacomini et al. (2011)による。ただし、米国の最後の2つのデータは本研究遂行時に新たに追加したものであるため、データ収集年次・対象ともそれ以外の項目とは異なる)



- Galloway, L. and Brown, W. 2002. Entrepreneurship education at university: a driver in the creation of high growth firms? *Education + Training*, Vol. 44, Issue: 8/9, pp.398-405.
- Shane, S. and Venkataraman, S. 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*. Vol. 25, No. 1. Pp. 217-226.
- Lüthje, C. and Franke, N. 2003. The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*. Vol. 33, Issue 2. pp. 135-147.
- Kuratko, D. F. 2005. The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 29, Issue 5. pp. 577-598.
- 小倉都、2011、大学等発ベンチャー調査 2010 : 2010 年大学等発ベンチャーへのアンケートとインタビューに基づいて、科学技術・学術政策研究所、調査資料 197
- Giacomini, O., Janssen, F., Pruett, M., Shinnar, R. S., Llopis, F. and Toney, B. 2011. Entrepreneurial intentions, motivations and barriers: Differences among American, Asian and European students. *International Entrepreneurship and Management Journal*. Vol. 7, Issue 2, pp. 219-238.
- Von Graevenitz, G., Harhoff, D. and Weber, R. 2010. The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior & Organization*. Vol. 76, Issue 1, pp. 90-112.
- Fayolle, A., Gailly, B. and Lassas-Clerc, N. 2006. Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*. Vol. 30, Issue 9, pp. 701-720.
- Pruett, M., Shinnar, R. S., Toney, B., Llopis, F., and Fox, J. 2009. Explaining entrepreneurial intentions of university students: a cross-cultural study. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. Vol. 15(6), pp. 571-594.
- Lee, S. M., Chang, D., and Lim, S. B. 2005. Impact of entrepreneurship education: A comparative study of the U.S. and Korea. *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 1(1), pp. 27-43.