

|              |   |
|--------------|---|
| Title        | 対話型鑑賞法を通じたアントレプレナーシップの醸成とその評価方法の研究  |
| Author(s)    | 西村, 実花子; 金間, 大介   |
| Citation     | 年次学術大会講演要旨集, 38: 32-37  |
| Issue Date   | 2023-10-28  |
| Type         | Conference Paper  |
| Text version | publisher   |
| URL          | <a href="http://hdl.handle.net/10119/19283">http://hdl.handle.net/10119/19283</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  |

# 1 A 1 7

## 対話型鑑賞法を通じたアントレプレナーシップの醸成と その評価方法の研究

○西村実花子, 金間大介 (金沢大学)

### 1. 本研究の目的・問題意識

#### 1. 1. 研究の背景と目的

不確実性が高まる今の経済社会において、アントレプレナーシップは新規事業を始める人のみならず、社会全体に必要であるとされる (松井ら, 2020)。アントレプレナーシップとは、新たな価値を生み出すための個人の資質や行動、スキルなどの多様な要素を含む多次的概念である。日本では、政府や教育機関を中心に、様々な方法を通じたアントレプレナーシップの醸成が取り組まれており、その中の一つにアートを活用した方法がある。ここでいうアートとは、単に作品だけを意味するのではなく、アーティストや鑑賞者、また彼らの一連の活動や環境全般を指す。先進的な企業を中心に、アーティストによるレクチャーやアーティスト・イン・レジデンス、対話型鑑賞法などが取り組まれている。

こうした実務の背景がある一方、学術的にこれらの取り組みがどのようなアントレプレナーシップを醸成するのかについて、明らかになっていない。そこで本研究では、既存のアートを活用した取り組みのどのような要素がアントレプレナーシップの醸成につながっているのか、さらにはそうした取り組みを通して醸成されるアントレプレナーシップとは一体どんなものなのかを明らかにすることを目的とする。

その手段として、まずアートを活用した取り組みを分類し、方法論の整理を行う。同じくアントレプレナーシップについても学術的に整理を行い、その範囲や構成要素を明らかにする。そのうえで、アートを活用した取り組みの一つに着目し、アントレプレナーシップとの関係性を検証するための指標を開発する。そしてその評価指標を用いて取り組みの効果を検証し、アントレプレナーシップ醸成に対するアートの効果を考察する。

#### 1. 2. 本研究をめぐる学術的課題とアプローチ

本研究における学術的課題は大きく次の2点に集約される。

1点目は、アートを活用したアントレプレナーシップ醸成の取り組みが体系的に整理されていないという課題である。アートを活用した取り組みはここ数年で急激に増加しており、民間企業を中心としたさまざまな実施主体により多様な方法が開発されてきた。しかしながら、開発された方法がアントレプレナーシップの醸成につながっているのかという効果検証は十分には進んでいない。取り組み内容が多様であることに加えて、実施主体がそれぞれ独自の評価方法をとっているため、異なる方法を相互比較する基盤がないという現状がある。

2点目は、アントレプレナーシップについての学術的な整理が十分になされていないという課題である。先行研究において、アントレプレナーシップは定義が統一されていない。研究者がそれぞれの目的のために柔軟に使用しており (Wiklund et al., 2019)、研究者間で構成要素が異なる。教育学や心理学など多様な学問領域や理論を背景として持っているため、領域を横断するような包括的な議論があまり進んでいないという現状がある。

また、アントレプレナーシップ醸成に関する研究では、起業意思 (Entrepreneurial Intention: 以下 EI) が評価指標として広く用いられているが、根拠となる理論によって向上要因やほかの構成要素との関係が異なる。アートを活用した取り組みとの関係性を検証するためには、アントレプレナーシップに関する学術的整理を行ったうえで評価の定義を定める必要がある。

したがって本研究では、以下の3段構成でアントレプレナーシップ醸成に対するアートの効果を明らかにする。まず文献調査にて、アートを活用した取り組みを実施主体や実施場所、活用しているアートの要素といった視点から分類する。それと同時に、アントレプレナーシップの構成要素及び要素間の関係性について学術的整理を行う。そのうえで予備研究にて、アートの活用方法の一つである対話型鑑賞法という方法に着目し、指標開発及び効果測定を行い、仮説を生成する。対話型鑑賞法を選定する理由としては、多くの企業が取り組んでいる方法であるとともに、そのほかの取り組みと比較しても指標開発の参考として十分な研究蓄積が積まれているからである。その後本研究にて仮説を検証し、アントレプレナーシップ醸成に対する対話型鑑賞法の効果を明らかにする。そして、体系化したそのほかの取り組みと比較し、アートのどのような要素がアントレプレナーシップ醸成につながっているのか、またアートによって醸成されるアントレプレナーシップとはどんなものなのかについて考察する。

## 2. 先行研究

### 2. 1. アントレプレナーシップ醸成の取り組みの評価

多くの研究者は、新たなビジネスを始める意思である EI (Pillis and Reardon, 2007) をアントレプレナーシップ醸成の取り組みの評価指標として用いている (Krueger and Carsrud, 1993; Kautonen et al., 2013; Mahfuda et al., 2020)。EI が用いられる理論的背景として、代表的なのが計画的行動理論である (Ajzen, 1991)。計画的行動理論では、行動はその行動を実行しようとする意思によって説明され、さらにその意思は、行動に対する態度、知覚的行動制御感、主観的規範によって影響を受けるとされている。アントレプレナーシップ研究の文脈では、起業家的行動の代理変数として、EI や起業態度 (Entrepreneurial Attitude: 以下 EA) などが用いられている (Kautonen et al., 2013)。

特定の知識やスキルなどにより構成される起業家コンピテンシー (Entrepreneurial Competencies: 以下 EC) も評価指標として多くの研究で用いられている (Kyndt and Baert, 2015; Miralles et al., 2016; Akhmetshin et al., 2019)。起業家コンピテンシーへの関心は、コンピテンシーとベンチャー企業の誕生、存続、成長との間に関係があると考えられていることに由来するとされている (Sanchez, 2013)。

さらに近年では、起業家志向性 (Entrepreneurial Orientation: 以下 EO) に着目した研究 (Cho and Lee, 2018) なども存在する。EO とは、高いリスクが伴うビジネスに対して、イノベーションを求めそれに投資する積極的な性質であり、革新性、積極性、リスクテイク傾向の3つの要素を持つ (Miller, 1983)。

このように、先行研究ではさまざまな理論的背景を持つ概念や要素が評価指標として用いられている。その一方で、多様な学問領域に議論が発展していることにより、既存の研究の関係性が整理されていないという指摘もある (Mmbaga et al., 2020)。既存の知見だけでは、アートを活用した取り組みがアントレプレナーシップのどの要素に効果的であるか説明することは難しい。

そこで本研究では、文献調査を通してアントレプレナーシップに関する学術的な整理を行い、構成要素や要素間の関係性について体系的に示す。そしてその後、アートを活用した効果として予想される要素について指標開発を行い、効果を検証する。

### 2. 2. 対話型鑑賞法の効果

対話型鑑賞法とは、美術作品にまつわる歴史や固有の情報を教えるのではなく、作品に対する自分の見方、感じ方や考え方を、対話を通して深めたり広げたりしながら集団で意味生成する鑑賞法である (上野, 2012)。対話型鑑賞法の効果を検証した先行研究では、鑑賞会前後においてアンケートを実施し、アート作品 (または写真や映像作品) に対する印象や感じ方の変化を捉える方法をとっている研究者が多い。松村 (2007) は、中学1年生を対象に対話型と解説型の鑑賞授業を行った。その結果、対話型の授業を受けた生徒は、鑑賞会後のアンケートにおいて、絵を観察して思ったこととその理由の記述が増加したと述べている。山口 (2009) は、中学生を対象とした検証の結果、対話型鑑賞

法は美術作品を読みとる意欲や観察力を向上させる可能性が高いと述べている。さらに吉川ら (2021) は、オンライン会議システムを用いた検証により、対話を通して他者の意見を取り入れることで、作品の見方が変化することを報告している。

そこで本研究では、これらの先行研究を参考に、アート作品に対する印象や感じ方の変化を捉えるため、鑑賞会前後にアンケートを実施する。記述内容から、対話型鑑賞法を通してどのようなアントレプレナーシップが醸成されるのかを検証する。

### 3. 研究方法

#### 3. 1. 文献調査

アントレプレナーシップに関して、国内及び海外の文献をもとに学術的整理を行う。なお、ここでは先行研究にて言及の多かった EI, EA, EC, EO, entrepreneurial behavior, entrepreneurial skills, entrepreneurial knowledge, entrepreneurial attitude orientation の 8 つの概念を中心に扱う。

#### 3. 2. 予備研究

予備研究では、対話型鑑賞法を 2 回実施し、仮説を生成する。調査対象は 1 回目が 7 名、2 回目が 9 名であり、ファシリテーターは豊田市美術館の作品ガイドボランティアの方 1 名にご協力をいただいた。データ収集方法は以下の表にまとめる。

| 取得タイミング  | 測定方法  | 内容  |
|----------|-------|---|
| (1)鑑賞会中  | レコーダー | 発言内容の記録   |
| (2)鑑賞会直前 | アンケート | デモグラフィック係数に関する質問(5項目)、Big-Fiveに関する質問(10項目):TIPI-J(小塩ら, 2012)、美術館への来館頻度に関する質問(1項目)、対話型鑑賞法の参加経験に関する質問(1項目)<br>Q1. 配布した絵を見て思ったこと・感じたことを記入して下さい(自由記述) |
| (3)鑑賞会直後 | アンケート | Q1. 配布した絵を見て思ったこと・感じたことを記入して下さい(自由記述)<br>Q2. 今回鑑賞会を実施した作品に対して、初めの鑑賞時と比べて、新たに気づいた点や考えの変化があれば記入して下さい(自由記述)<br>Q3. 感想やコメントなどありましたら記入して下さい(自由記述)      |

表 1 予備研究におけるデータ収集方法

(2)、(3)のデータ分析に関して、先行研究において対話型鑑賞法の効果として述べられているものと類似性が高い EA の下位項目 (Lackeus, 2015) に代理変数を設定することにより、評価指標を開発する。(1)のデータ分析に関して、グループごとの発言内容や議論の積み重ねられ方について分析する。

#### 3. 3. 本研究

本研究では、予備研究にて作成した仮説を検証する。調査対象は 32 名で、1 グループ 8 名の計 4 グループで実施する。ファシリテーターは本調査者が務める。データ収集に関して以下の表にまとめる。

| 取得タイミング    | 測定方法   | 内容   |
|------------|--------|--|
| (1)鑑賞会中    | レコーダー  | 発言内容の記録  |
| (2)初回鑑賞会直前 | アンケート  | Q1. 配布した絵を見て思ったこと・感じたことを記入して下さい(自由記述)  |
| (3)鑑賞会直後   | アンケート  | Q1. 今回鑑賞会を実施した作品に対して、初めの鑑賞時と比べて、新たに気づいた点や考えの変化があれば記入して下さい(自由記述)<br>Q2. 今回の対話型鑑賞の満足度について、該当するものを選択してください(選択式:1~6)<br>Q3. 感想やコメントなどありましたら記入して下さい(自由記述) |
| (4)最終鑑賞会直後 | アンケート  | Q1. 配布した絵を見て思ったこと・感じたことを記入して下さい(自由記述)<br>Q2. 今回鑑賞会を実施した作品に対して、初めの鑑賞時と比べて、新たに気づいた点や考えの変化があれば記入して下さい(自由記述)<br>Q3. 感想やコメントなどありましたら記入して下さい(自由記述)         |
| (5)鑑賞会2週間後 | インタビュー | 対象:マネージャー<br>調査対象者の対話型鑑賞法参加前後の変化についてインタビュー   |

表 3 本研究におけるデータ収集方法

(1)~(6)のデータは、予備研究にて得た結果をもとに、アントレプレナーシップの構成要素に代理変数を設けて分析する。

## 4. 結果

### 4. 1. 文献調査の結果

アントレプレナーシップに関する文献調査により、以下の図を作成した（図 1）。

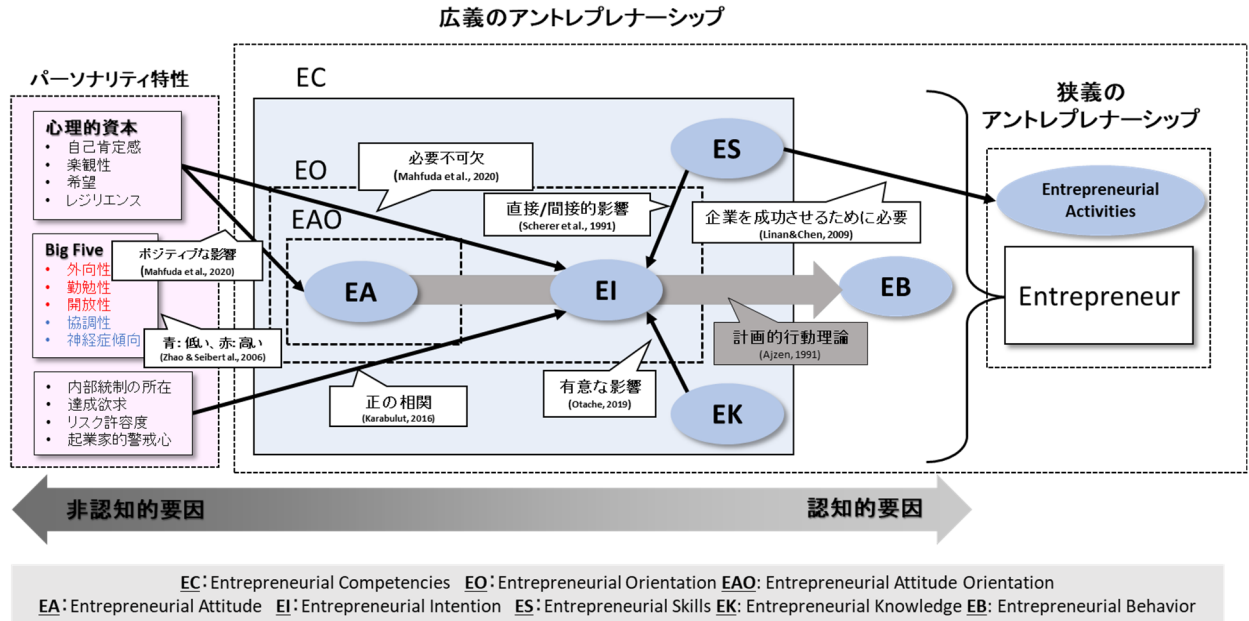


図 1 アントレプレナーシップの醸成プロセスに関する先行研究体系（調査者作成）

この図より明らかになったことは次の 4 点である。

1 点目は、先行研究におけるアントレプレナーシップには、アントレプレナーに注目した狭義的アントレプレナーシップと、個人の資質や行動、知識やスキルなどに注目した広義的アントレプレナーシップが存在するという点である。

2 点目は、アントレプレナーシップには知識やスキルなどの認知的要因から、行動に向かうまでの態度などの非認知的要因まで多様な要素が含まれるという点である。アントレプレナーシップの定義からもわかるように、アントレプレナーシップの構成要素も多岐にわたる。そのため、一口にアントレプレナーシップの醸成といっても、知識やスキルの獲得から、EA の醸成までさまざまな評価指標が用いられている。

3 点目が、パーソナリティから知識やスキルまで、EI に正の影響を与える要素は多様であるという点である。近年のアントレプレナーシップ研究では、EI に関する研究が急速に発展している（Linan and Fayolle, 2015）。EI の意思決定は、意図的かつ意識的なものであり（Wilson et al.2007）、かなりの時間、計画、高度な認知的判断を必要とするとされている（Pillis and Reardon, 2007）。多くのアントレプレナーシップ研究者は、計画的行動理論に基づき EI の醸成に取り組んでおり、EI に対してポジティブな影響を与える要素に関する研究も発展している。

### 4. 2. 予備研究の結果

予備研究にて明らかになったことは次の 2 点である。

1 点目が、対話型鑑賞法を通して参加者のアントレプレナーシップの醸成（発露）可能性が示されたという点である。今回評価指標として用いた代理変数では、参加者 16 名のうち 15 名のアントレプレ

ナーシップの醸成を観測することができた。

2 点目は鑑賞会中の発言及び議論について、2 グループ間で見られた違いを図 2 に示す。専門分野が偏り、対話型鑑賞法への参加経験が少ないグループでは、絵から客観的に読み解ける要素を根拠とした合理的で俯瞰的な発言が多かった。また参加者は他者の発言を、自分の意見を補強するために活用することが多かった。グループ全体としては、絵から読み取れる要素をすべて網羅し、その組み合わせにより状況を説明するような問題解決型の議論が展開された。一方専門分野や社会的属性が多様で、対話型鑑賞法への参加経験が豊富なグループでは、個人の趣向や経験に基づいた主観的で感性的な発言が多かった。そして他者の発言に共感を示し、自身の意見を大きく変更する参加者が多かった。グループ全体では、絵から読み解ける要素について疑問を示し、意見を出し合う問題提起的な議論が展開された。このことから、社会的属性や対話型鑑賞法への参加経験が異なるグループでは、異なるアントレプレナーシップが発揮される可能性が高いということが分かった。

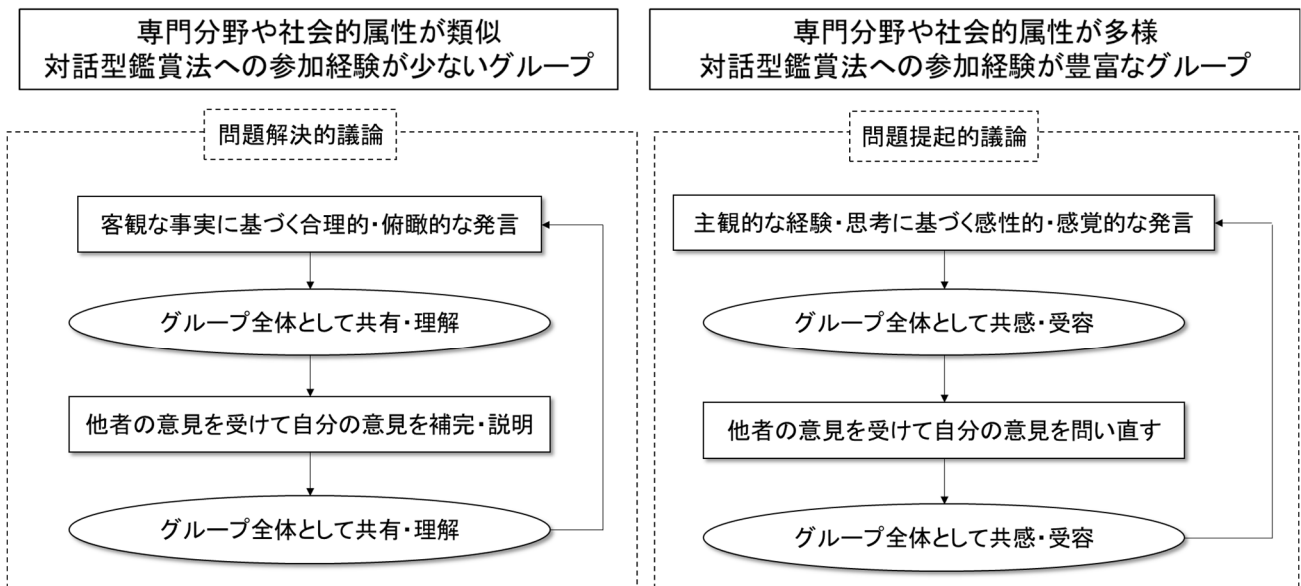


図 2 グループ間における発言内容や議論の積み重ねられ方の違い

上記の結果より以下の仮説を生成した。

- H1.対話型鑑賞法に参加することで、アントレプレナーシップが醸成（発露）される
  - H1-1.対話型鑑賞法に参加することで、主観（感性・感覚）が発揮される
  - H1-2.対話型鑑賞法に参加することで、共感力や受容力が向上する
  - H1-3.対話型鑑賞法に参加することで、問題提起力が身につく
- H2.対話型鑑賞法に参加する回数が多いほうが、アントレプレナーシップが醸成（発露）される
  - H2-1.対話型鑑賞法に参加する回数が多いほうが、以下同文・・・
- H3.年齢（役職）が多様なグループのほうが、アントレプレナーシップが醸成（発露）される
  - H3-1. 年齢（役職）が多様なグループのほうが、以下同文・・・

#### 4. 3. 本研究の結果

本研究は、現在データ収集前であるため、本発表にて結果を報告する。特に、アートを活用した取り組みはどんな人物、またはグループに有効であるのか、またアートを活用した取り組みによって醸成されるアントレプレナーシップとはどんなものかについて言及し、日本のイノベーション創出の課題に対するアートの価値について考察する。

#### 参考文献

- ・上野行一 (2012) 「対話による美術鑑賞教育の日本における受容について」 帝京科学大学紀要, 8, 79-86.
- ・小塩真司, 阿部晋吾, Pino Cutrone (2012) 「日本語版 Ten Item Personality Inventory (TIPI-J) 作成の試み」 パーソナリティ研究, 21(1), 40-52.
- ・松井克文, 牧野恵美, 馬田隆明, 菅原岳人, 吉田壘, 栗田佳代子, 長谷川克也 (2020) 「起業家によるゲスト講義を中心とした起業家教育プログラムの効果」 日本ベンチャー学会誌, 36, 29-43.
- ・松村一樹 (2007) 「対話型鑑賞法による鑑賞授業の可能性を探る」 美術教育, 290, 52-54.
- ・山口健二 (2009) 「中学校美術家鑑賞学習の効果測定—岡山県立美術館国吉康雄教材開発研究会『美術鑑賞ガイド』による対話型鑑賞をめぐる—」 美術教育学: 美術家教育学会誌, 29, 577-589.
- ・吉川遼, 阿部美里, 青山太郎 (2021) 「オンライン対話型鑑賞ワークショップの設計と実践」 コンピュータ&エデュケーション, 51, 64-69.
- ・Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- ・Akhmetshin, E. M., Mueller, J. E., Yumashev, A. V., Kozachek, A. V., Prikhodko, A. N., and Safonova, E. E. (2019). Acquisition of entrepreneurial skills and competences: Curriculum development and evaluation for higher education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1-12
- ・Cho, Y. H. and Lee, J. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124-134.
- ・Karabulut, A. T. (2016). Personality traits on entrepreneurial intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229, 12-21.
- ・Kautonen, T., Van Gelderen, M. and Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behavior: a test of the theory of planned behavior. *Applied Economics*. 45(6), 697-707.
- ・Krueger, N. F., and Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4), 315-330.
- ・Kyndt, E. and Baert, H. (2015). Entrepreneurial competencies: Assessment and predictive value for entrepreneurship. *Journal of Vocational Behavior*, 90, 13-25.
- ・Lackéus, M. (2015). *Entrepreneurship in education: What, why, when, how*. Trento, Italy: Background paper for OECD-LEED.
- ・Liñán, F. and Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- ・Liñán, F. and Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship Management Journal*, 11, 907-933.
- ・Mahfud, T., Triyono M. B., Sudira, P. and Mulyani, Y. (2020). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital. *European Research on Management and Business Economics*, 26(1), 33-39.
- ・Miller, D. (1983). The correlatives of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.
- ・Miralles, F., Giones, F. and Riverola, C. (2016). Evaluating the impact of prior experience in entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(3), 791-813.
- ・Mmbaga, N. K., Mathias, B. D., Williams, D. W. and Gardon, M. S. (2020). A review of and future agenda for research on identity in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*. 35(6).
- ・Otache, I. (2019). Entrepreneurship education and undergraduate students' self-and paid-employment intentions: a conceptual framework. *Education+ Training*, 61(1),41-64.
- ・Pillis, E., and Reardon, K. K. (2007). The influence of personality traits and persuasive messages on entrepreneurial intention: A cross-cultural comparison. *Career Development International*, 12(4), 382-396.
- ・Sánchez, J. C. (2013). The impact of an entrepreneurship education program on entrepreneurial competencies and intention. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 447-465.
- ・Scherer, R., Brodzinski, J. D. and Wiebe, F. (1991). Examining the relationship between personality and entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship and Regional Development*, 3(2), 195-206.
- ・Wiklund, J., Wright, M. and Zahra, S. A. (2019). Conquering relevance: entrepreneurship research's grand challenge. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(3),419-436.
- ・Wilson, F., Kickul, J. and Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3).
- ・Zhao, H. and Seibert, S. E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(1), 259-271.