

Title	観光地における農村起業家の心理的資本の蓄積とその意義：中国・桂林の起業家に関するライフヒストリー研究
Author(s)	黄, 琪; 余謝, 幸子
Citation	年次学術大会講演要旨集, 40: 213-218
Issue Date	2025-11-08
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	https://hdl.handle.net/10119/20173
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

観光地における農村起業家の心理的資本の蓄積とその意義： 中国・桂林の起業家に関するライフヒストリー研究

○黄琪（岡山大学），余謝幸子（大阪観光大学）

bcthuangqi@gmail.com

1. 問題意識と研究目的

地球市場時代におけるグローバル経済競争が繰り広がるにつれ、経済成長の果実は大都市圏に偏在し、地方地域との格差が一層拡大している。こうした状況のもとで、地域の持続可能な発展をいかに実現するかという課題は、世界各地の地域イノベーション研究において重要なテーマの1つとして位置づけられてきた。実際、この課題に関する議論は、過去から現在に至るまで絶え間なく展開され続けている（Boxu et al., 2023; Cooke et al., 1997; 黄, 2023; 金井, 2024; Stöhr, 1986）。とりわけ、地域固有の文化・制度や自然資源を基盤としたビジネスシステムに立脚する事業経営活動を通じた価値創造への関心は衰えていない（Asheim and Isaksen, 2002; 出口, 2017; 小林, 2017）。中でも、地域資源を活かした価値創造の取り組みを支える中核的な担い手として、近年「農村起業家（Rural Entrepreneur）」の存在が改めて注目を集めている。

しかしながら、農村起業家の多くは、都市型起業家とは異なり、起業初期において十分な経営知識を有しておらず、調達可能な経営資源にも限界がある。また、都市部のように起業を支援し成長を促す産業エコシステムが未成熟であるため、集積による経済的外部性を享受しにくく、事業効率が低下しやすい（Ruoss and Thompson, 1999; Stathopoulou et al., 2004）。こうした課題に対し、従来の研究では、手元資源の活用、地域政府による制度的支援、コミュニティ・キャピタルを基盤とする連携構築など、合理的なビジネスシステム形成の側面に焦点が当てられてきた（澤野, 2014; 大島ほか, 2024）。一方、農村起業家は、利益追求のみならず、地域活性化への志向や自らの価値観・理想に基づくライフスタイルの実現を重視する傾向が強い（Stathopoulou et al., 2004）。このような特性を踏まえると、彼らの起業活動には強い心理的エネルギーが内在していると考えられる。しかし、そのエネルギーの源泉がどこにあり、所属する地域との関係の中でどのように形成・強化され、さらにはそれが事業経営の持続性にどのように寄与しているのかについては、依然として

十分に検討されていない。

本研究は、農村起業家の事業経営の持続性を支える心理的エネルギーとして、「心理的資本」が重要な役割を果たしていることを主張する。観光分野における農村起業家を対象に、起業家活動の全体像をライフヒストリー的視点から捉え、心理的資本が地域社会との相互作用の中でいかに動的に形成・蓄積され、さらにそれが事業経営の新たな展開の可能性を切り拓くうえでどのような意義を持つのかを、観光地における事例分析を通じて明らかにすることを目的とする。

2. 先行研究

これまで、起業家・起業家活動の定義を明確にするために多くの研究が行われてきたものの、農村起業家を具体的に定義することは依然として容易ではない。これは、起業環境としての農村・地域がもつ独自の社会経済的特性などに起因している。Hoy（1983）は、農村起業家を「独立自尊であり、リスクを恐れず、達成志向をもち、自信に満ち、勤勉かつ革新的な存在」と位置づけ、その核心を地域における雇用創出に見出した。また、Wortman（1990）は、農村起業家を「農村的環境において、新たな組織の創設、新製品の導入、市場の開拓、技術の開発を行う実践」と定義し、創造性と革新性の重要性を指摘している。これらの見解から、農村起業家とは、地域社会に根ざし、その固有の資源や文化を活かしながら新たな価値を創出していく存在として位置づけられる。

農村起業家がいかにして起業へと移行し、ビジネスシステムを構築していくのかについて、Stathopoulou et al.（2004）は、その起業プロセスを「三段階モデル」として提示している。第一段階の「構想段階（Conception）」では、起業家が市場機会を認知・創出し、新製品やサービスの発想、新たな生産・流通・販売手法の導入などを通じて事業の種を見出す。この段階では、イノベーションを生む創造性、機会を見極める洞察力、地域資源を適切に活用する能力が鍵となる。第二段階の「実現段階（Realisation）」では、構想した事業を具体化するため、限られた資源の活用や組織

構築の判断が求められる。外部の制度的支援や地域パートナーとの連携を通じて基盤を整備し、経営資源の再配分、ネットワーク形成、シナジーの創出を図ることが重要である。第三段階の「運営段階 (Operation)」では、起業家は事業活動を通じて成果を獲得する。ここでの成果は、利益のみならず、雇用機会の創出や社会的貢献、さらには自己実現や達成感といった非経済的な価値を含む。こうした農村起業家が起業へと移行し、ビジネスシステムを構築してきた実例として、大島ほか (2024) は、日本岡山県でイチゴ生産を行う農家を中心とした農福連携事業を対象に、イチゴの生産段階から、物流活動や販売活動に至るまで、さまざまなメンバーからなるコミュニティ・キャピタルの活用とその機能に着目し、最終的にイチゴを市場へ売り出すまでの一連のプロセスを分析している。

一方、そもそも起業家活動という挑戦的な行為の始動にはポジティブな感情の後押しが不可欠である (Baron, 2008; 黄, 2025)。とりわけ、農村起業家は、自らが生産したものや提供するサービスへのこだわり、地域の活性化をめざす姿勢、安定した収入の確保、さらには人的ネットワークの構築などの「志し」を内面に抱いており (澤野, 2014)、彼らの起業行動を理解するうえで、Stathopoulou et al. (2004) の三段階モデルで描かれた合理的なプロセスのみに依拠することは不十分である。すなわち、起業過程を多面的に捉えるためには、農村起業家のポジティブ感情を支える基盤への注目が不可欠である。

この点で近年注目されているのが、フレッド・ルータンズによって提唱された「心理的資本 (Psychological Capital)」の概念である。心理的資本とは、将来や仕事に対して前向きに取り組み、困難を乗り越えようとする個人の内的資源を指し、希望 (Hope)、効力感 (Efficacy)、レジリエンス (Resilience)、楽観性 (Optimism) の 4 つの構成要素から成り立つ (Luthans, 2002; Luthans et al., 2015)。心理的資本は、従来の経済的・人的・社会的資本と比較しても、組織や個人の競争優位を支えるうえで高い効果を発揮することが実証されている (Luthans et al., 2015)。

こうした心理的資本に関する知見は、農業・農村分野における諸課題の解決を考えるうえでも、有力な理論的枠組みとなりうる (中塚ほか, 2024)。これまで農村や地域社会を対象に心理的資本を取り上げた研究はきわめて限られているという先行研究の空白を埋める試みとして、中塚ほか (2024) は「農村版心理的資本尺度」を開発した。

この尺度は、心理的資本を構成する 4 つの次元——希望、効力感、レジリエンス、楽観性——を農村社会の文脈に即して測定できるよう設計され、合計 12 項目によって構成されている。この尺度の最大の特徴は、「地域の中で」「地域において」といった表現が多く設問に盛り込まれている点にある。すなわち、この尺度は単に個人の心理的特性を測定するものではなく、地域社会という場との関係性の中で、心理的資本がいかに関与されるかに焦点を当てている点に特徴があり、この視点こそが農村起業家の独自性として浮かび上がる。

しかし、農村起業家としての心理的資本が、地域社会という場との関係性の中でどのように蓄積され、またそれが事業経営の持続性や発展にいかに関与しているのかについては、十分に解明されているとはいえない。特に、農村起業家を対象にライフヒストリー・アプローチを用いてその形成過程を経験的に捉えた研究は依然として少ない。したがって、具体的な起業家事例の分析を通じて、心理的資本が地域社会との相互作用の中で動的に形成・活用されるプロセスやその影響を明らかにすることが求められる。

3. 研究方法と研究対象

本研究では、ライフヒストリー・アプローチに基づき、農村起業家の事例研究を行う。ライフヒストリー・アプローチ (Life History Approach) とは、対象者に自身の人生を回顧してもらい、その経験や出来事に付与された主観的な意味を抽出し、新たな理論や仮説の構築に活用する質的研究手法である (桜井, 2002)。この手法は、起業家がどのような経緯や価値観のもとで創業に至り、いかにして心理的資本を形成・発展させてきたのかを、時間的連続性の中で把握するうえで有効であり、個人レベルの起業家を対象とした分析に適している (黄, 2024)。

調査対象は、中国南部の観光都市・桂林において、独特なカルスト地形による山水風景という地域資源を活用し、観光ビジネスを展開している地元出身の女性農村起業家・謝建珍氏である。彼女に対しては、2024 年 7 月に半構造化インタビューを合計 3 回実施し、総収録時間は約 4 時間に及んだ。インタビューでは、「幼少期の経験」「なぜ桂林市にきたのか」「なぜ観光業を選んだのか」「事業経営はあなたにとって何を意味するか」「心理的エネルギーとは何か」「起業家活動において心理的エネルギーはどのような役割を果たすか」といった質問を中心に、ライフヒストリー

を掘り下げた。また、彼女自身が執筆した自伝的な文章も参考資料として用いた。

4. 事例の内容

1) 農村から都市へ

謝建珍氏は、1966年、中国広西壮族自治区桂林市永福県の農山村において、貧困な家庭に生まれた。当時の中国農村では、同時代の多くの人々と同様に、教育よりも生計維持が優先される傾向が強く、彼女もまた十分な教育を受ける機会に恵まれなかった。若年期には、家族の生活を支えるために農作業を手伝いながら成長し、厳しい農村の生活環境の中で勤勉さと忍耐力を身につけていった。

1980年代に入ると、中国全体は改革開放政策の大きな波に包まれ、沿海都市や観光都市を中心に都市経済が急速に活性化し始めた。農村においても都市への人口移動が進み、より良く生きる選択肢を求めて出稼ぎや転居を選択する若者が増加した。謝建珍氏もその一人であり、当時すでに桂林市内で働き始め、中には相応の収入を得て生活を安定させていた親戚の姿を目にしたことで、彼女の中にも都市での就業への憧れが芽生えた。そうした身近な成功例に刺激を受け、彼女は「自分も都市へ出て、そこで新たなキャリアを築いてみたい」と強く決意するに至った。その結果、1986年、20歳の彼女は故郷を離れ、単身で桂林市へと向かった。

当時の桂林の陽朔は、独特のカルスト地形が生み出す山水景観により「桂林山水甲天下」という美称を持ち、その美しさが国内外に広く知られ始めていた。市政府は観光都市としての発展を地域振興の中核政策に据え、観光インフラの整備や外資の導入を積極的に推進していた。さらに、1980年代以降、中国は外貨獲得を目的としてインバウンド観光を国家戦略の1つに掲げ、中央政府は外資系観光産業への投資を奨励し、税制上および建設面での優遇政策を相次いで打ち出した。なお、外交関係の側面では、1972年の日中国交正常化を契機として両国間の友好ムードが高まり、日本からの訪中団体旅行が急速に拡大した。中でも、1984年には中国政府が日本人観光客に対するビザ手続きを簡素化したことで、日本からの旅行者数はさらに増加し、観光需要の拡大に拍車をかけた。

こうした国家レベルの観光戦略推進の恩恵を受け、桂林は早期に外国人観光客の受け入れ体制を整備した都市の1つであった。1980年代初頭には桂林空港の拡張工事が進められ、広州・北京・

上海など主要都市との航空路線が開設されたことにより、国内外からのアクセスは飛躍的に改善された。この結果、外国人団体観光ツアーの受け入れが本格化し、桂林は北京・西安と並ぶ日本人観光客に人気の三大観光都市として位置づけられるようになった。こうして桂林は、「国際観光都市」としての地位を確立しつつあったのである。

このような国際的観光需要の高まりを背景に、桂林市内では外国人観光客を対象とするレストランやホテル、土産物店、旅行会社などが次々と誕生した。1985年以降、花園酒店（ガーデンホテル）、桂林桂山大酒店、桂林玉桂酒店といった外資系または合弁経営の高級ホテルが相次いで建設され、中でも日本人観光客を対象とした接客・販売サービスが急速に拡大した。このように、当時の桂林では観光業の発展に伴い、レストランやホテルなどサービス業全体で人手不足が深刻化しており、多くの労働力が求められていた。こうした環境は、農村出身の謝建珍氏にとっても、都市でキャリアを築くための絶好の機会となった。とは言え、当時の彼女には特別な技能や資格があったわけではなく、就職の選択肢は限られていた。幸いにも、桂林市内の観光・休憩地として知られる七星公園内にある「月牙楼」というレストランで働く機会を得た。彼女の主な仕事は、ホールでの接客や清掃、料理の配膳や調理補助など、幅広い雑務にまで及んでいた。月牙楼は当時、桂林の郷土的な菜食文化をテーマに掲げたレストランとして知られ、訪れる観光客の多くは日本人であった。日本からの訪問客が年々増加する中、謝建珍氏は「外国人への接客」という、これまでに経験したことのない新しい仕事に従事することとなった。彼女は、日本人観光客をもてなし、自分の生まれ育った地域の美しい景観の中で彼らが楽しむ姿を見られることに、大きな誇りと喜びを感じていた。そうした日々の中で、これまで触れたことの中った異文化や価値観に出会い、世界の広がりを感じることになっていった。とりわけ印象に残っているのは、日本人観光客の礼儀正しさと寛大な振る舞いであり、さらに、丁寧なサービスに対して感謝の意を込めて渡される少額のチップであった。それは、彼女にとって単なる報酬ではなく、自身の努力が認められた証として、仕事への誇りと自信を育む契機となった。こうした小さな心遣いの積み重ねが、彼女の中に「もっと自分を成長させたい」という内発的な動機づけを生み出していったのである。日本人観光客への接客を通じて、言葉の壁の大きさを痛感した彼女は、思うように意思疎通ができないもどかしさの

中で、「いつか自分も日本語を話せるようになりたい」という強い願いを抱くようになった。その目標に向かい、彼女は自ら書店へ足を運び、日本語教材やカセットテープを購入して独学を始めた。学習環境は決して恵まれていなかったが、諦めることなく学び続けた。職場で日本人観光客に出会うたびに、相手が理解できるかどうかにかかわらず、勇気をもって会話を試み、実践を重ねた。こうして彼女は少しずつ日本語を身につけ、自信と達成感を得ていった。

2) 起業家活動の始動

1988年頃になると、外国人観光客の来訪はさらに増加し、桂林では外資系や合併による高級ホテルが相次いで設立され、観光産業はかつてない活況を呈していた。こうした観光ブームの中で、謝建珍氏は、独学によって身につけた初歩的な日本語能力を認められ、陽朔においてもっとも名高い外資系ホテルの一つである「花園酒店」に採用された。同ホテルは主として日本人観光客を対象とする宿泊施設であり、彼女は商場部門（売店・物販部門）に配属された。職場では、日々、日本人旅行者や旅行会社の関係者、土産物販売業者らと接する中で、観光ビジネスの仕組みを現場で学び取っていった。彼女は単なる「従業員」として業務をこなすにとどまらず、「観光客が本当に求めているものは何か」「自分ならどのような商品やサービスを提供できるのか」「どのようにすれば観光客がより満足し、この観光地を好きになってくれるのか」といった問いを常に胸に抱き、自らの成長と可能性を模索していた。

桂林は国内外の観光需要が急速に拡大する一方で、観光サービスの供給体制が十分に整っておらず、需要と供給のギャップが顕在化していた。その結果、観光関連のニッチ市場を狙った新しいビジネスシステムが次々と誕生していたのである。謝建珍氏は、そうした機運を敏感に察知し、花園酒店を退職する決断を下した。農村でともに育った友人たちに声をかけ、地元の素材を活かした手工芸品に日本語の文字や意匠を取り入れ、日本人観光客向けに制作・販売する事業コンセプトを練り上げた。1990年、彼女はこれまでに蓄えたわずかな貯金をすべて投じ、小さな工芸品店を開設した。この挑戦が、彼女の起業家としての第一歩となった。彼女は、これまでに培ってきた異文化理解や接客経験を活かし、観光客の嗜好に合わせた商品構成や販売方法を工夫しながら、商業活動を通じて独自の経営感覚を磨いていった。その後、1990年から1995年にかけて、技術交流セン

ター内で農村出身の友人たちと共同出資し、より大規模な工芸品店を経営するまでに事業を拡大していった。こうした事業の拡大について、彼女は「自分の故郷のものを一つの「文化」として形にし、外国人観光客により良い観光体験を提供できたことは、起業家としての大きな自己肯定感につながった」と振り返っている。

3) 事業の多角化と経営スタイルの確立

1990年代末、桂林の観光市場が成熟期を迎える中、謝建珍氏は観光客の嗜好や消費行動の変化をいち早く察知した。特に、従来の主要顧客層であった日本人観光客に加え、タイ、ベトナムやマレーシアなど東南アジア諸国からの訪問者が増加し、さらに観光分野におけるニッチ市場の消費潜在力が高まりつつあることを背景に、彼女は持続的な成長を図るため、事業の多角化戦略を本格的に展開する決断を下した。これまでの起業経験と同様に、彼女は農村部における人的ネットワークを積極的に活用し、地域の人材を雇用しながら、観光関連事業の裾野を着実に広げていった。

具体的には、古董店、茶葉店、薬店、天然ゴム製寝具店、健康センター、工芸品店、さらには送迎・観光バス事業を担う旅行車隊など、観光客の滞在体験を包括的に支える多様な事業を次々と立ち上げ、観光産業の上流から下流までを一体的に結び付ける「ワンストップ型」のサービスネットワークを構築した。こうしたビジネスエコシステムは、桂林地域の観光経済における新たな価値創造を実現し、地域全体のサービス水準を底上げする役割を果たしていったのである。

ビジネスシステムにおける人的資本の部分に関して、自身が農村出身であることから、謝建珍氏は採用方針においても一貫して「農村女性の優先雇用」を掲げている。ホテルやレストランなど、学歴を問わない現場職では、従業員の約3分の2が農村出身の女性であり、その多くは彼女の出身地である永福県や近隣の村々から集まった人々である。こうした採用方針の背景には、農村出身者への共感や理解に基づく包摂的な姿勢がある。農村から雇用された従業員の多くは、当初、業務に関する知識や規律意識が十分ではなかった。しかし謝建珍氏は、そうした従業員一人ひとりに寄り添い、職場教育に力を注いできた。業務の基礎から丁寧に指導を行い、明確な役割意識を持たせることで、彼女たちが組織の一員として自立し、主体的に行動できるよう支援している。また、若年層の女性従業員に対しては、基礎的なパソコン操作やビジネスマナーの教育を提供し、将来的に

は管理職へと登用できるよう、スキルアップの機会を積極的に設けている。さらに、学業成績が優秀な従業員の子どもには奨励金を支給するなど、教育支援を通じて「次世代の希望」を育む企業風土を築いている。なおかつ、彼女は、従業員の意見を尊重し、過ちに対しても寛容に向き合うことで、互いに信頼し協働する温かな企業文化を育んできた。こうして謝建珍氏は、チームとして互いに補完し合いながら働くことの大切さを強調し、職場を単なる労働の場ではなく、「家族のように支え合う共同体(コミュニティ)」として機能させることを目指してきた。このような経営理念は、彼女がもともとレストランやホテルで培ってきた接客経験の中で、日本企業から学んだ「従業員を家族のように大切にする姿勢」や、「長寿企業に見られる持続的な組織運営の知恵」に着想を得たものであると、彼女は振り返っている。

加えて、地域社会との共生も彼女の経営における中核的な理念の一つである。永福県産のトマトや陽朔産の沙田柚、地元農家が生産する鶏卵や魚など、地域の農産物を優先的に仕入れ、自社のレストランやホテルで使用することで、地元農家の安定的な販路拡大を支援している。このように、地域の資源を積極的に取り込みながら、事業活動を通じて地域経済の循環を促進する取り組みが随所に見られる。こうした経営姿勢は、単なる企業の成長戦略にとどまらず、地域社会との「共創」や「共栄」を志向するものであり、農村出身の起業家としての社会的責任意識の表れでもありと考えられる。

4) 経営危機への対応とビジネスの海外展開

長年にわたり、謝建珍氏が率いる経営組織は、観光産業の最前線で 20 年以上にわたり数多くの顧客価値を創出し、地域経済の発展にも寄与してきた。しかし、2020 年初からの新型コロナウイルス感染症の流行は、中国全土の観光市場に深刻な打撃を与え、特に桂林では観光客数が急減し、これまで築き上げてきた事業基盤が大きく揺らぐこととなった。さらに、他地域の観光資源の開発が進み、かつて観光市場における桂林の支配的な影響力は低下したうえ、同業他社との競争も一段と激化し、経営環境は厳しさを増していった。こうした経営危機に巻き込んだとしても、彼女は安易な人員削減に踏み切ることなく、従業員一人ひとりの生活と雇用を守る道を選んだ。とりわけ、困難な状況下でも「共に生き残る」という信念を持ち、希望する従業員には引き続き職を提供することに努めた。

また、彼女は危機を単なる終焉ではなく、新たな挑戦への転機と捉え、海外市場への展開を模索し始めた。2023 年からは、日本に留学中の娘と協働し、日本国内での民宿事業をスタートさせたほか、中国人学生を対象とした「アカデミーツアー」を企画・運営し、教育と観光を融合させた新たなビジネスモデルを構築している。こうした取り組みは、変化する時代環境に柔軟に適応し、再び価値を創出しようとする彼女の強靱な起業家精神を象徴しているのではないかと考えられる。これに関して彼女は、「農村出身の自分が国際市場を切り拓くことができたことを誇りに思う。これまでの経験が、私に大きな自信を与えてくれたことに心から感謝している」と振り返っている。

5. ディスカッション

本研究の事例の内容から明らかになったのは以下の通りである。

対象とした桂林の農村起業家・謝建珍氏は、「都市で成功したい」という農村出身者ならではの強い希望 (Hope) を胸に抱きながら、カルスト地形による独特の山水景観を観光資源とし、多くの外国人観光客を惹きつける桂林という地域において、レストランやホテルといった観光関連施設で、清掃、調理、接客、販売、宿泊などの多様な実務経験を積み重ねてきた。彼女は職場で日本人観光客と接する機会を得て、困難な状況の中でも前向きに日本語を学び続けるというレジリエンス (Resilience) を示し、習得した言語能力を一步步実践に活かすことで、観光客により良いサービスを提供する効力感 (Efficacy) を高めていった。また、市場の変化や新たなビジネス機会を楽観的に捉え、積極的に事業領域を拡大していった点において、彼女の楽観性 (Optimism) も顕著であった。さらに、新型コロナウイルス感染症の流行下という厳しい経営環境においても、既存事業を維持しつつ、日本国内での民宿事業やアカデミーツアーなど新たな事業を立ち上げたことは、危機を成長の契機へと転換する柔軟性と、逆境においても挑戦を続ける強靱さを体現している。以上のように、彼女の保有する心理的資本 (Psychological Capital) は、農村起業家として人生の成功を追求する過程において、地域社会との相互関係の中で動的に形成・蓄積されてきたものであり、約 30 年にわたる起業家活動の中で一貫して描き出されてきたことが確認された。

その心理的資本の具体的な作用としては、①観光客に対して「良質な体験」を提供し、地域の魅力を再発見させようとする姿勢、②地元出身者、

特に農村女性に雇用機会を創出し、地域の農産物や特産品の販売を通じて多様な人々を巻き込みながら、地域コミュニティを起点としたビジネスシステムを構築しようとする地域貢献の志向、③将来の事業展開に対する揺るぎない自信と、挑戦を継続しようとする前向きな意欲、につながるという3点に整理される。

以上の分析を踏まえ、本研究は次の仮説を提示する。第1の仮説として、観光分野における農村起業家の心理的資本は、人生の成功を追求する過程において、地域社会や観光市場との相互作用を通じて形成される。起業家は、自らの理想や目標に向かって努力し、その過程で得られた経験や学習を通じて、希望・効力感・レジリエンス・楽観性といった心理的資本を動的に蓄積していくと考えられる。第2の仮説として、こうして形成された心理的資本は、地域雇用の拡大や、地域資源を活用した特産品販売・サービス提供など、多様な人々を巻き込む地域コミュニティ起点のビジネスシステムの構築、さらには顧客価値の創造拡大を促進することにより、事業経営の持続性を支える不可欠な基盤として機能する。

以上の分析により、本研究は、農村起業家の事業経営の持続性を支える心理的エネルギーとして「心理的資本」の重要性を示唆するとともに、地域振興に向けた起業家活動の持続可能性を検討するうえで、有意な示唆を与えるものである。

今後の課題として、まず、本研究はシングルケースに基づく分析であるため、得られた仮説的発見の一般化可能性には限界がある。そのため、本研究で提示した仮説を実証的に検証するためには、心理的資本の構成要素や作用を適切に捉える具体的な測定尺度を作成し、それに基づいた定量的調査を実施することが求められる。また、本研究は成功事例を対象とした分析に焦点を当てているが、今後は事業の継続や成長に困難を抱えた農村起業家の事例を取り上げ、失敗経験を通じた心理的資本の形成や変容のメカニズムを検討することも重要な課題である。

参考文献

Asheim, B. T., and Isaksen, A. (2002) Regional Innovation Systems: The Integration of Local 'Sticky' and Global 'Ubiquitous' Knowledge. *The Journal of Technology Transfer*, 27 (1), 77-86.
Baron, R. A. (2008) The Role of Affect in The Entrepreneurial Process, *Academy of Management Review*, 33 (2), 328-340.
Boxu, Y., Xielin, L., and Xiaohui, J. (2023) Regional Innovation Ecosystem: Knowledge Base and Theoretical Framework. *Science & Technology Progress and Policy*, 40 (13), 152-160.

Cooke, P., Uranga, M. G., and Etzebarria, G. (1997) Regional Innovation Systems: Institutional and Organisational Dimensions. *Research Policy*, 26 (4-5), 475-491.
出口将人 (2017) 「地域の産業集積の多様性とその決定要因—岐阜県東濃地域の陶磁器産地と他産地との比較をつうじて—」『組織科学』50 (4), 41-53.
Hervás-Oliver, J. L., Parrilli, M. D., Rodríguez-Pose, A., and Sempere-Ripoll, F. (2021) The Drivers of SME Innovation in the Regions of the EU. *Research Policy*, 50 (9), 104316.
Hoy, F. (1983) A Program for Rural Development from Inception through Implementation. *Journal of the Community Development Society*, 14 (2), 33-49.
黄琪・藤井大兄 (2025) 「イノベーションの発生源研究の再検討」『岡山大学経済学会雑誌』57 (1), 1-20.
黄琪 (2024) 「経営危機下におけるシリアルアントレプレナーのエフェクチュアルな行為: 中国の民間起業家である俞敏洪の事例からの命題導出」『年次学術大会講演要旨集』39, 419-424.
黄琪・王儀瑤 (2023) 「取引ネットワークの動態変化から見る産業集積の競争力向上: 調達担当者の組織移動によるグワংশの移転と拡散がもたらす影響」『年次学術大会講演要旨集』38, 219-224.
金井一頼 (2024) 「地域の持続可能な発展とイノベーションのメカニズム」『VENTURE REVIEW』(43), 3-17.
小林康志 (2017) 「コミュニティ・ビジネス発展段階のモデル化に向けた一考察—非営利組織が経営するワイナリーを事例として—」『農林業問題研究』53 (1), 20-30.
Luthans, F., Youssef-Morgan, C. M., and Avolio, B. J. (2015) *Psychological Capital and Beyond*. Oxford University Press (開本浩矢・加納郁也・井川浩輔・高階利徳・厨子直之訳 (2020) 『こころの資本』中央経済社).
Luthans, F. (2002) Positive Organizational Behavior: Developing and Managing Psychological Strengths. *Academy of Management Perspectives*, 16 (1), 57-72.
中塚雅也・小川景司・平井太郎 (2024) 「農村版心理的資本尺度の開発」『農村計画学会論文集』4 (1), 27-33.
大島珠子・岩本隆志・石橋昭子 (2024) 「農福連携のメンバーシップにおける障がい者就労支援の事例研究〜コミュニティ・キャピタル機能と「準紐帯」の醸成に着目して〜」『グローバル都市経営学会誌』3 (3) 79-86.
Ruoss, E., and Thompson, D. B. A. (1999) *Introduction: The Alps and The Mountains of Northern Europe*. Global Change in the Mountains, Parthenon Publishing, New York, NY, 31-3.
桜井厚 (2002) 『インタビューの社会学: ライフストーリーの聞き方』せりか書房。
Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D., and Skuras, D. (2004) Rural Entrepreneurship in Europe: A Research Framework and Agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 10 (6), 404-425.
Stöhr, W. B. (1986) Regional Innovation Complexes. *Papers in Regional Science*, 59 (1), 29-44.
Wortman Jr, M. S. (1990) Rural Entrepreneurship Research: An Integration into the Entrepreneurship Field. *Agribusiness*, 6 (4), 329-344.
澤野久美 (2014) 「農村女性起業研究の動向と展望」『農業経済研究』86 (1), 27-37.