

## 創業希望大学生の企業家志向性に関する研究

### A Study on Entrepreneur Orientation of University Students Who Wish to Establish

共同研究メンバー

○奥山雅之\*\*、久恒啓一\*、金美德\*、志賀敏宏\*、中庭光彦\*、小林英夫\*、  
松本祐一\*、宮地隆夫\*（○代表、執筆者）

#### 1. はじめに～背景と目的～

近年、経営者あるいは経営組織において、経営環境や市場に対して能動的で競争的かつ先駆的な戦略態度、すなわち企業家（起業家）志向性（Entrepreneurial Orientation：以下「EO」）が、起業の実現および企業の成長に大きく貢献することが注目されている。EOは、企業家的な活動を組織レベルで捉え直した概念であり、知識ではなく、また「企業家精神」のような個人的資質に焦点を当てた心理学的アプローチでの態度や特性でもなく、「意思決定のパターン」として理解される。

一方、将来、起業を目指す学生に対しては、起業自体の心構えや諸手続きについての知識レベルの獲得機会は多くなったものの、EOを念頭においた組織づくりの手法や、将来の組織における意思決定パターンの訓練は、大学教育に有効な形で採り入れられていないのが現状である。また、その獲得あるいは学習プロセスは試行錯誤的であり、標準的なものが示されていない。

そこで、本共同研究は、多摩大学経営情報学部を中心としてEOに必要な姿勢や意思決定パターンの獲得を支援するプロセスを実証的に明らかにするため、同時並行的に推進した学生向け創業支援プログラムの参加学生のEOについて調査し、学生において不足するEOの次元を特定するための手掛かりを得る。これにより、当該プログラムを積極的に受講した学生が、どの程度EOにつながる姿勢や考え方を身に付けたかを測定し、組織化を前提とした学生への起業家プログラムの有効性と課題を明らかにすることを目的とする。

開学当時の多摩大学は、「企業家精神」を外部から認知されたブランドとして保有していたと考えられ、中期計画において確立することが課題となっている「多摩大ブランド」の一要素として、「企業家精神」ブランドの再興が重要であると考えられる。このためには、EOを軸とした産学連携、研究、教育、地域貢献の一貫した拡充が求められる。本研究は、その一部に貢献することを企図している。

#### 2. 組織化を前提とした起業家育成プログラム

多摩大学では、2016年4月より、学生の企業家精神醸成を目的の一つとして、大学発ベン

\* 多摩大学経営情報学部

\*\* 明治大学政治経済学部

チャー企業「株式会社 T. Innovation」を教職員 8 名の共同出資により設立し、教員によるコンサルティング業務及び学生への起業家プログラム提供を実施している。資本金の出資は教職員で行うものの、学生自身が企業名を決め、創業準備活動を株式会社内で行う。教職員は、学生に対し適宜起業家支援のための知識習得プログラムや人脈形成プログラムを提供する。プログラムに一定以上参加した学生は、2016 年春学期 13 名、秋学期 14 名であった。特徴は、株式会社として組織化することにより、個人の企業家精神だけでなく、組織レベルの EO を意識させることにある。

プログラムの結果、参加学生のうち 4 名の学生において、起業に向けた具体的な準備活動がみられた。学生 A は、農産物利用製品の開発・製造企業を目指し、プログラムに参加の他の学生とチームを組み、農産物の加工食品や農産物残渣によって染色したファッション雑貨を製作し、各種イベントにおける販売を複数回実施した。こうした販売の中で、マーケティング、需要予測などの必要性を痛感したという。学生 B は、デザイン受託や情報機器関連サービスを事業内容とし、プログラム期間中に、団体からチラシおよびポスターのデザインを請け負うことに成功した。学生 C はファッション関連の起業を目指し、外部の起業関連セミナーにも積極的に参加し、企業家精神を養った。学生 D もまた、プログラムに参加の他の学生と組んで、人材関連のアプリケーションの開発に着手した。

### 3. 観察結果と解釈

EO の測定については、Miller (1983) の示した研究成果がスタンダードである。Miller は企業家的な活動によって競争に打ち勝つ要素を、①革新性 (innovativeness)、②リスク志向性 (risk taking)、③先進性 (proactiveness) という 3 つの次元で説明できるとしている。この 3 つの次元は、のちに Covin & Slevin (1989) により精緻化された。さらに、Lumpkin & Dess (1966) は、これに④競争的攻撃性 (competitive aggressiveness) と⑤自律性 (autonomy) を加えた 5 つの次元を示した。

本研究による EO の測定にあたっては、多摩大学地域活性化マネジメントセンター (2016) が行った多摩地域の創業実態に関する調査項目を準用する。具体的には、Covin & Slevin および Lumpkin & Dess の先行研究で提示されている項目を日本のファミリービジネス経営者の EO の調査に用いた嶋田 (2013) の研究成果を微修正して 15 項目の質問を行い、5 段階のリッカート尺度にて測定している。

本研究では、創業希望者であり、かつ当該プログラムにより積極的な準備活動を実施した上記 4 名の学生に対して、上記の調査項目を用いて測定を実施し、一般起業家との比較を行う。ここでの測定では、あくまで将来起業したときの組織を想定した場合の EO の各要素についての行動や考え方を尋ねており、将来を想定して回答していることに留意する必要がある。

観察結果を表 1 および表 2 に示す。これによれば、多くの項目でプログラム参加学生が一般起業家を上回っていた。これは、学生の場合あくまで想定で回答をしているので、将来の希望を含めて積極的な姿勢での回答となっていることが主な原因と推測できる。例えば「G. 他社に対する競争力や優位な立場が危うい場合は、積極的に対策をとる」では一般起業家を上回った。一方で、「M. 誤った判断をするリスクを減らすために、慎重に観察する傾向が強い」という項目は、一般起業家を大きく下回っている。こうしたことから、学生においては、EO 要

素のうちリスク志向性に関して、「リスクをどのように回避するか」といった思慮深い行動や考え方については不足していることが窺える。以上の結果より、2016年度に実施したプログラムは、受講前との比較はないものの、少なくとも積極的に参加した学生の高い平均値をみたことを考慮すれば有効であったと評価できる。今後は、リスク回避の志向性を獲得するためのプログラム単元の開発が求められる。例えば、ケーススタディによる状況判断の訓練などが検討されるべきと考えられる。

表1 観察結果（統計量）

創業者特性に関する項目	プログラム参加学生 (N=4)		一般起業家 (N=180)	
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差
A. 提供中の商品・サービスの改善や大がかりな変更をよく行う	0.75	1.258	-0.68	1.312
B. 製品・技術・サービスを他社より優れたものとするために、組織文化作りや報酬制度の構築などに力を入れる	1.00	1.414	-0.50	1.350
C. 研究開発よりも、提供中の商品・サービスのマーケティングに力を入れる	1.00	1.155	0.01	1.349
D. 新製品や新サービスを多く投入することに力を入れる	1.25	0.957	-0.38	1.340
E. 自社を脅かすような何かしらの状況や、積極的な施策を採りすぎることが自社にもたらすリスクを、察知することができる	0.75	0.957	-0.10	1.155
F. コストや技術、新製品等で、他社との競争において優位な立場を築くことに力を入れる	1.25	0.957	0.23	1.308
G. 他社に対する競争力や優位な立場が危うい場合は、積極的に対策をとる	1.50	1.000	0.29	1.286
H. 部署間や従業員間が対立することなく認め合い、バランスがよく保たれている	1.00	1.155	-0.02	1.529
I. 新しいアイデアを促進するために、組織再編などを行っている	0.50	0.577	-1.05	1.100
J. 競合他社と共存するよりも、競合他社に勝とうという競争を重視した戦略をとる	0.25	1.708	-0.68	1.239
K. 競合他社よりも先に新システム・技術・製品・サービスを投入する	0.75	1.258	-0.43	1.369
L. 競合他社よりも先行して何かを変えるような取り組みを行い、競合他社はそれに反応する	0.50	1.915	-0.64	1.290
M. 誤った判断をするリスクを減らすために、慎重に観察する傾向が強い	-1.00	0.816	0.18	1.210
N. プロジェクトを実施する際は、注意深く調査し段階的に実施する	1.50	0.577	0.01	1.218
O. リスクの高いプロジェクトを検討、実行する傾向が強い	0.50	1.000	-0.55	1.233

注:①設問に対する回答選択肢はそれぞれ5段階、各項目につき「あてはまる」= 2、「おおむねあてはまる」= 1、「どちらともいえない」= 0、「あまりあてはまらない」= -1、「あてはまらない」= -2とし、平均を算出したものである。

②学生への調査実施日は、2016年度のプログラム終了後の2017年2月14日から28日までとした。メールにより配布・回収する方法で実施した。

③一般企業家への調査についての詳細は、多摩大学地域活性化マネジメントセンター（2016）を参照されたい。項目によっては欠損データがいくつか存在し、それを除外している。

表2 観察結果 (t検定)

	2つの母平均の差の検定				
	t	自由度 df	有意確率 (両側)	平均値 の差	差の 標準誤差
A. 提供中の商品・サービスの改善や大がかりな変更をよく行う	2.25	3.152	0.11	1.43	0.64
B. 製品・技術・サービスを他社より優れたものとするために、組織文化作りや報酬制度の構築などに力を入れる	2.10	3.127	0.12	1.50	0.71
C. 研究開発よりも、提供中の商品・サービスのマーケティングに力を入れる	1.70	3.193	0.18	0.99	0.59
D. 新製品や新サービスを多く投入することに力を入れる	3.33	3.278	0.04**	1.63	0.49
E. 自社を脅かすような何かしらの状況や、積極的な施策を採りすぎることが自社にもたらすリスクを、察知することができる	1.74	3.205	0.17	0.85	0.49
F. コストや技術、新製品等で、他社との競争において優位な立場を築くことに力を入れる	2.10	3.264	0.12	1.02	0.49
G. 他社に対する競争力や優位な立場が危うい場合は、積極的に対策をとる	2.37	3.232	0.09*	1.21	0.51
H. 部署間や従業員間が対立することなく認め合い、バランスがよく保たれている	1.73	3.254	0.18	1.02	0.59
I. 新しいアイデアを促進するために、組織再編などを行っている	5.16	3.534	0.01**	1.55	0.30
J. 競合他社と共存するよりも、競合他社に勝とうという競争を重視した戦略をとる	1.09	3.073	0.35	0.93	0.86
K. 競合他社よりも先に新システム・技術・製品・サービスを投入する	1.85	3.166	0.16	1.18	0.64
L. 競合他社よりも先行して何かを変えるような取り組みを行い、競合他社はそれに反応する	1.18	3.063	0.32	1.14	0.96
M. 誤った判断をするリスクを減らすために、慎重に観察する傾向が強い	-2.82	3.311	0.06*	-1.18	0.42
N. プロジェクトを実施する際は、注意深く調査し段階的に実施する	4.93	3.648	0.01**	1.49	0.30
O. リスクの高いプロジェクトを検討、実行する傾向が強い	2.07	3.213	0.12	1.05	0.51

注：有意水準：\* < 0.1 \*\* < 0.05。t検定による。等分散は仮定されていない。

### 主要参考文献

- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989) Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments, *Strategic Management Journal*, 10(1), pp75-87.
- Miller, D. (1983) The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms, *Management Science*, 29(7), pp 770-791.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996) Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance, *Academy of management Review*, 21(1), pp135-172.
- 嶋田美奈 (2013) 『ファミリービジネスにおけるコーポレート・アントレプレナーシップの促進要因－戦略的アントレプレナーシップの視点から』早稲田大学大学院商学研究科博士学位論文。
- 玉井由樹 (2016) 「企業家志向性の構成概念と理論的基盤の検討」福山市立大学都市経営学部紀要『都市経営 No.9』117-125頁。
- 多摩大学地域活性化マネジメントセンター (2017) 『2016年度多摩地域の創業実態に関する調査研究報告書』