

令和 4 年 6 月 17 日現在

機関番号：26402

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2019～2021

課題番号：19K01838

研究課題名（和文）アイデンティティ形成とニッチトップ達成の結びつきのメカニズム解明

研究課題名（英文）Elucidating the mechanism linking identity formation and niche-top achievement

研究代表者

石谷 康人（Yasuto, Ishitani）

高知工科大学・経済・マネジメント学群・准教授

研究者番号：70446904

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 1,600,000円

研究成果の概要（和文）：本研究では、高知県のニッチトップ型企業を対象として、アントレプレナーや組織によるアイデンティティの形成が、企業の戦略の創造と組織的遂行および競争優位の確立ひいてはニッチトップ達成に結びつくプロセスとメカニズムを経験的かつ詳細に示した。その際に、当初予定していたYAMAKIN株式会社、兼松エンジニアリング株式会社、株式会社技研製作所、廣瀬製紙株式会社、宇治電化学工業株式会社、株式会社太陽、株式会社ミロク製作所、中澤氏家薬業株式会社の他に、株式会社垣内、金星製紙株式会社、株式会社サニーマート、パシフィックソフトウェア開発株式会社も含め、調査結果、事例の記述と分析の結果、理論仮説を得た。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究では、高知県のニッチトップ企業を対象とした複数事例研究から、創業者やアントレプレナーのアイデンティティが、組織アイデンティティへと強化・発展するとともに戦略の発見的創造と組織的遂行の源泉となり、ひいてはニッチ市場の創造や参入そして希少かつ異質な資源の蓄積をもたらして持続的競争優位に結びつくプロセスとメカニズムを経験的に示した。それで、「戦略とアイデンティティの緊密な結びつき」と「リソース・ベースト・ビューのアントレプレナーシップ面での拡張」の理論仮説を導出して、当該研究分野に貢献した。事例研究の詳細な内容は、ニッチトップ企業を目指す中小企業やベンチャー企業にとって有意義な知見となった。

研究成果の概要（英文）：The process and mechanism by which identity formation by entrepreneurs and organizations leads to the creation and organizational execution of corporate strategy, the establishment of competitive advantage, and the achievement of niche-top status in Kochi Prefecture, is empirically demonstrated in this study. Survey results, case descriptions and analysis results, and theoretical hypotheses were obtained from a total of eleven companies. These included Kakiuchi Co. Ltd., Kinsei Seishi Co. Ltd., Sunny Mart Co. Ltd., and Pacific Software Development Co. Ltd., and the seven originally planned companies namely, YAMAKIN Co. Ltd., Kanematsu Engineering Co. Ltd., Giken Ltd., Hirose Paper Mfg. Co. Ltd., Ujiden Chemical Industry Co. Ltd., Taiyo Co. Ltd., and Miroku Firearms Mfg. Co.

研究分野：経営学

キーワード：組織アイデンティティ 起業家/企業家的アイデンティティ 持続的競争優位 ニッチトップ 中小企業 アイデンティティ資本 社会的自我論 事例研究

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属します。

## 様式 C-19、F-19-1、Z-19 (共通)

### 1. 研究開始当初の背景

日本のメーカーは、1970年代半ばから90年代にかけて、生産拠点をアジア NIEs、ASEAN、そして中国へと順に移し、現地調達を加速してきた(後藤, 2012)。その結果、日本国内において、製造技術の空洞化が顕著となった(細谷, 2014)。そればかりでなく、日本の製造技術を吸収した新興国が台頭してグローバル競争が激化し、日本メーカーは苦しい立場に追い込まれるようになった(藤本・牧田, 2015)。最近、独立性の高いものづくりを行い、競争力の高い独自製品を有する中小・中堅企業としての「ニッチトップ型企業」への関心が高まりつつある(細谷, 2014)。そうしたニッチトップ型企業とは、相対的に小さい独自の市場を生み出し、極めて高い競争力を背景に国内外で高い市場シェアを確保している企業のことである。日本のニッチトップ型企業は、優れた技術を持ちつつ、徹底的な顧客対応を通じて製品の付加価値化を実現している(藤本・牧田, 2015)。それらを背景としながら、生産を含む主要な拠点を日本国内に残し続けている(細谷, 2014)。これらは、現在の国内大手メーカーが実現できていないか、または、手放してしまった特長である。

最近では、テクノロジー・アントレプレナーシップが、新製品の開発、事業の創造、企業の成長、新規市場創出と経済発展、エンジニアや科学者の教育など多くの重要な議論の中心にあると考えられている(Bailetti, 2012)。そうしたテクノロジー・アントレプレナーシップも含む最近のアントレプレナーシップ研究では、アントレプレナー(起業家/企業家)のアイデンティティの発達が、起業家/企業家活動に従事し続けることへの動機付けの源泉になっている(Farmer et al., 2011)。そして、何人かの研究者が、アントレプレナーのアイデンティティと活動や成果の間に強い関連があることを示唆している(Cardon et al., 2009; Hoang & Gimeno, 2010; Duane-Ireland & Webb, 2007; Navis & Glynn, 2011)。しかし、そうしたアントレプレナーのアイデンティティが、アントレプレナー自身が創造した組織の戦略遂行に作用して成果に結実するプロセスまでは示されていない。したがって、アントレプレナーによるアイデンティティの形成が戦略的組織の実践に結びつくメカニズムが明らかにされていない。また、アントレプレナーによるアイデンティティが、やがて組織で共有されて組織アイデンティティとなり、組織的な製品開発や事業創造の源泉となって、企業に競争優位や成長を促しつつニッチトップに結実するプロセスやメカニズムが示されていない。

### 2. 研究の目的

細谷(2014)は、日本の優れたニッチトップ型企業40社を対象としてインタビュー調査を行い、経営戦略と外部環境の相互作用の観点から、「製品開発」「競争優位の獲得と維持」「外部との連携」などに関する共通の特徴を明らかにしようとした。また、藤本・牧田(2015)は、自らが活動拠点を置く九州地区のニッチトップ型企業9社を対象として事例研究を行い、事業開発パターンの類型化を試みた。それに対して、本研究は、報告者が活動の拠点を置く高知県のニッチトップ型企業を対象として、アントレプレナーのアイデンティティさらには組織アイデンティティという企業の内的要因と戦略の相互作用の観点から、製品開発の成功や持続的競争優位の確立のプロセスとメカニズムを詳細に記述するものである。したがって、本研究では、「アントレプレナーによるアイデンティティ・マネジメントが、ニッチトップのための戦略的創造と組織の実践ひいては持続的競争優位の確立にどのように結びつくのか」を研究課題の核心をなす学問的問いとして位置づけた。その上で、事例研究を用いて、それに対応する理論仮説を得ることにより、既存の中小・中堅企業のみならずベンチャー企業にとって参考となる「製品開発の成功 持続的競争優位の確立 ニッチトップ達成」のための具体的なかつ詳細な知見を得ることを目指した。それが本研究の主な目的である。

本研究では、実際に成功した(もしくは成功している)ニッチトップ型企業を対象として、インタビュー、聞き取り、観察(見学を含む)などの調査を行うとともに、そうして得た定性データをもとに物語分析(田村, 2006)としての過程追跡(出来事年表の作成+出来事構造の抽出)(田村, 2016)に基づいて事例を整理することにした。そのあとで、起業家/企業家的アイデンティティ(Navis & Glynn, 2011)、組織アイデンティティ(Albert & Whetten, 1985)、リソース・バースト・ビュー(Barney, 1991; Peteraf, 1993; Barney & Hesterly, 2002)などの理論枠組みを用いて、アイデンティティ形成と戦略実践の相互作用を分析することにした。

本研究のように、物語分析を用いて因果プロセスを記述しつつ、アイデンティティ形成とニッチトップ達成の間のギャップを埋めようとする試みは、これまでにほとんどなされていない。また、持続的競争優位の確立を目的とするリソース・バースト・ビューをアントレプレナーシップの観点で拡張する試みも、これまでにほとんどなされていない(Alvarez & Busenitz, 2001; Foss et al., 2008)。したがって、本研究は、アントレプレナーによるアイデンティティ・マネジメントのパーспекティブで、大きなプロセスギャップや理論ギャップを架橋しようとする意欲的な挑戦を行うものである。

### 3. 研究の方法

本研究では、上述した目的を果たすべく、「ニッチトップ達成のための戦略的遂行」に関して、企業の外部要因との関係性に着目して分析を行うのではなく、企業家的アイデンティティさらには組織アイデンティティという企業の内的要因の視座から成功要因の分析を行った。本研究では、企業家的アイデンティティの定義として、Navis & Glynn(2011)のものを採用した。また、組織アイデンティティの定義として、Albert & Whetten(1985)のものを採用した。それは、どちらも、多くの先行研究においてスタンダードとして位置づけられているからである。

本研究では、上述したリサーチ・クエスチョンに対応する理論仮説を導出するために、高知県のニッチトップ型企業7社(表1参照)を対象として、各企業の単一事例研究を独立した形で行い共通点を探る「一致法」としての事例研究を実施した(野村, 2017, p. 55)。その際に、それぞれの事例をYin(1994)のいう極端ないしユニークな事例として選択した。その上で、どの事例にも共通する要因を見つけ出して、より説得力のある理論仮説を導出することにした(野村, 2017, p. 55)。そうした複数事例研究の全体像を図1に示す。

表1. 本研究で対象とする高知県のニッチトップ型企業7社の概要

企業名	ニッチトップの概要
(1) 株式会社技研製作所	建設の基礎工事のための圧入型杭打ちで 90%以上のシェアを持つ
(2) 兼松エンジニアリング株式会社	産業廃棄物処理用の強力吸引作業車で 80%以上のシェアを持つ
(3) YAMAKIN 株式会社	歯科用貴金属の陶材焼付用貴金属合金で 40%以上のシェアを持つ
(4) 廣瀬製紙株式会社	単 3・単 4 のアルカリ乾電池向け絶縁紙で 60%以上のシェアを持つ
(5) 宇治電化学工業株式会社	人造研磨剤の分野で 40%以上のシェアを持つ
(6) 中澤氏家薬業株式会社	高知県の医薬品卸売市場の分野で 50%以上のシェアを持つ
(7) 金星製紙株式会社	ペットボトル再生原料を用いた台所用水切り袋で 90%以上のシェアを持つ

(出所) 報告者作成

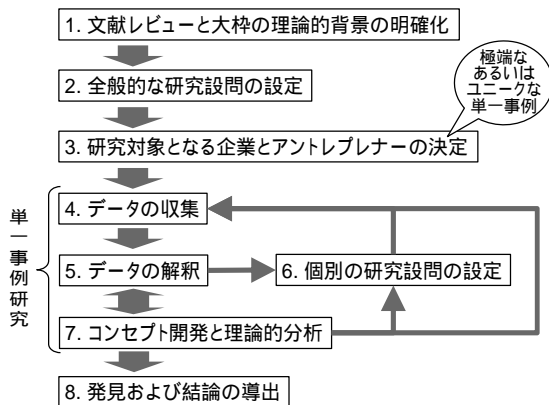


図 1. 複数事例研究の全体像 (出所) 須田 (2019, 図表 3-3) を一部修正

それぞれの事例研究では、ニッチトップ型企業とそのアントレプレナーを対象として、経営事象の過程追跡 (田村, 2006) を実施した。それは、出来事の生起を年代記として時系列に示す (すなわち出来事の年表を作成する) とともに、出来事の因果の連鎖を出来事構造として記述するものである。それによって、起業家的 / 企業家的アイデンティティさらには組織アイデンティティの形成から、戦略の創造 (ビジネスモデルの策定を含む) と組織的遂行、その成果としての持続的競争優位の確立、その帰結としてのニッチトップの達成までの因果プロセスを詳細かつ具体的に記述した。各事例研究では、アントレプレナーや企業にまつわるインタビュー / 聞き取りデータとしての一次情報と、企業のホームページや公開文書と新聞・雑誌記事などの二次情報を定性データとして収集し、活用した。それぞれのインタビュー調査は、質問するテーマや大まかな項目が決められているものの、インタビュイーに応じて質問項目や説明内容を変えていく非構造化スタイル (須田, 2019) で実施された。

#### 4. 研究成果

以下では、表 1 の一部の事例研究の成果概要を示したあと、すべての事例を含む複数事例研究としての共通点と相違点を指摘する。

##### (1) 株式会社技研製作所の事例研究 (石谷, 2021a)

【会社概要と競争優位の姿】株式会社技研製作所は、創業者の北村精男によって、1978 年 1 月に設立された。現在の同社は、サイレントパイラーという無公害杭打機の開発、設計、販売をメインの業務とするファブレスメーカーである。サイレントパイラーは、従来の大きな騒音と振動を生み出すバイプロハンマーとはまったく異なり、鋼矢板などの土留め杭を地中に油圧で静かに押し込む (すなわち圧入する) ことを大きな特徴としている。同社は、そうした無公害杭圧入のニッチ市場を自力で創造するとともに、そこでシェア 90%以上を占めて持続的競争優位を確立している。

【事例研究のゴール】アントレプレナーを取り巻くコンテキストは、アントレプレナーのアイデンティティの形成に重要な役割を果たし、戦略の創造と遂行に大きな影響を及ぼす。そこで、「アントレプレナーによる戦略およびアイデンティティの創造とコンテキストの間にはどのような関係性があるか」というリサーチ・クエスチョンを設定し、それに対応する理論仮説を導出することにした。

【調査】株式会社技研製作所の本社を訪ね、製品事業担当の執行役員や開発部の部門リーダーはじめとする従業員にインタビューを行うとともに、本社工場を見学した。さらに、同社製品を OEM 供給している株式会社垣内の代表取締役社長の安岡和彦や同社の従業員に対してインタビュー調査を実施するとともに、同社のいくつかの工場を見学した。

【分析方法】Mead (1922, 1934) の社会的自我論を分析のフレームワークとして用いて、北村精男によるアントレプレナーのアイデンティティの形成、戦略の創造と組織的遂行、組織アイデンティティの形成の一連のプロセスを分析した。また、同社の社史に対してテキスト分析を実施して、アントレプレナーによるアイデンティティと戦略の創造と、創業者をとりまいたコンテキストの間の意味的關係性を分析した。

【分析結果】創業者のアントレプレナーシップを、同一社会の他者の存在を前提としつつ「客我 (me) としてのアイデンティティ」と「主我 (I) の反応としてのダブル・ループ学習」の観点で読み解くことにより、コンテキストの影響下でのアントレプレナーによる戦略とアイデンティティの創造にまつわるダイナミクスを詳細に示すことができた。

【貢献】社会的自我論を事例研究に導入することで、アントレプレナーのアイデンティティを「対象化された自己」として表現するとともに、アントレプレナーの内省のダイナミクスを経験的に示した。それによって、戦略とアイデンティティの結びつきを探求する分野 (Ravasi et al., 2017; 2020) と、コンテクストのアイデンティティへの影響を探求する分野 (Jones et al., 2019) への貢献を果たした。

#### (2) 兼松エンジニアリング株式会社の事例研究 (石谷, 2020a; 2021c)

【会社概要と競争優位の姿】兼松エンジニアリングは、1971年9月に、高知県高知市で創業された。同社は、現在も高知市に本社を置きつつ、強力吸引作業車を含む環境整備機器を製造販売している。同社は、2019年6月の時点で、高知県南国市に工場、技術センター、eセンターを有し、全国に7つの支店・営業所を設け、環境整備用特装車の設計・製造ならびに販売・技術サービスを実施している。そして、日本国内の強力吸引作業車のニッチ市場において約80%のシェアを占めており、持続的競争優位を確立している。

【事例研究のゴール】長期的に表現された戦略的变化と組織アイデンティティの関係性を明らかにするべく、「戦略実践の歴史的な経緯における変化と組織アイデンティティの間にどのような関係性があるのか」をリサーチ・クエスチョンとして設定するとともに、それに対応する理論仮説を導出することにした。

【調査】兼松エンジニアリング株式会社の南国市明見工場およびeセンターを訪問し、工場見学、事業内容の聞き取り、関係者へのインタビューを実施した。さらに、車両設計・組立を担当する技術者に対するインタビュー調査も実施した。

【分析方法】田村(2016)の物語分析の手法を用いて、同社が1975年に強力吸引作業車の市場に参入してから同市場で競争優位を確立している現在(2019年度終了の時点)までの比較的長期間にわたる企業成長のプロセスを記述した。それを、複雑物語としての漸進物語と位置づけ、出来事年代記を作成するとともにそこから出来事構造を抽出して、事例を整理した。そうした整理結果に対して、テキスト分析をさらに実施することで、戦略的变化とアイデンティティ・ワークさらにはアイデンティティの内容の意味的關係性を明らかにした。さらに、Mead(1922, 1934)の社会的自我論を組織のコンテクストで拡張した組織的自我論を導出するとともに、それを用いた事例分析も実施した。

【分析結果】同社のアイデンティティの開発プロセスとしてのアイデンティティ・ワークは、アイデンティティの「主旨」が戦略実践の推移としての戦略的变化によって形成された段階と、それがさまざまな媒体を通じてテキスト化された段階によってなされた。そのため、同社の組織アイデンティティは、戦略的变化の内容に基づいたアイデンティティ・ワークを通じて形成されたといえる。それだけでなく、同社は、そうして形成したアイデンティティを源泉として、製造拠点を拡大し、CSRを徹底して、市場での地位を強固にしつつ持続的競争優位を確立した。

【貢献】戦略とアイデンティティの結びつきを探求する研究分野 (Ravasi et al., 2017; 2020) に対して、長期的に表現された戦略的变化とアイデンティティ・ワークの相互関係を経験的研究によってより深く検討・考察した成果を提示するという貢献をした。

#### (3) YAMAKIN 株式会社の事例研究 (石谷, 2020d)

【会社概要と競争優位の姿】YAMAKIN 株式会社の前身である山本貴金属地金株式会社は、1976年に、第二創業者の山本裕久によって設立された。現在(2022年6月時点)の同社は、大阪市に本社を置き、高知県香南市に製造拠点を置いている (YAMAKIN, 2022)。同社は、「歯科材料の開発・製造及び販売事業」をメインに実施しており、日本国内の歯科材料市場の貴金属合金分野と新材料分野 (レジンやセラミックスなど) で競争優位を築いている。そのうちの、陶材焼付用貴金属合金製品は、1995年から26年間シェア1位を達成しており、持続的競争優位を確立している。

【事例研究のゴール】アントレプレナーのアイデンティティ・ワークと戦略実践の結びつきに注目し、両者の関係性をアントレプレナーによる創造のタイミングから議論することにした。そのために、「アントレプレナーによるアイデンティティ・ワークが新製品開発を伴う戦略実践にどのようなプロセスを経て結びつくのか」というリサーチ・クエスチョンを設定し、それに対応する理論仮説を導出することにした。

【調査】同社の陶材焼付用貴金属合金製品を開発した、第二創業者であり元代表取締役社長の山本裕久と、現技術顧問の安楽照男へインタビューを実施した。また、同社の新材料市場への進出の契機となり、陶材焼付用貴金属合金製品の持続的競争優位の確立に大きな役割を果たした金属焼付用陶材製品のゼオセライトの開発者の山添正稔に対してインタビュー調査を実施した。

【分析方法】田村(2016)の物語分析の手法に基づいて、同社の陶材焼付用貴金属合金製品および金属焼付用陶材製品の開発にまつわる出来事の連鎖を物語として再構成した。それを、複雑物語としての漸進物語と位置づけ、出来事年代記を作成するとともにそこから出来事構造を抽出して、事例を整理した。その上で、同社におけるアイデンティティ・ワークのクロスレベルのダイナミクスとそれが組織的な戦略実践に結びつく因果メカニズムを導出した。

【分析結果】同社の新製品開発にまつわる戦略実践の出来事構造をベースとして、そこにゼオセライト開発の出来事構造のうち関係する出来事を組み込むことで、出来事構造を精緻化した。その結果、山添のアイデンティティ・ワークが、同社の製品戦略としての自社製陶材製品の開発のみならず、複合材料製品の開発に結びつき、それが同社の国内の歯科材料市場における競争優位の源泉となったことを見出した。

【貢献】従来のアントレプレナーシップ研究に対して、テクノロジー・アントレプレナーのクロスレベルかつリレーショナルなアイデンティティ・ワークと新製品開発による戦略実践の結びつきを経験的に示し、その構造や特徴を提示するという貢献をした。

#### (4) 廣瀬製紙株式会社の事例研究 (石谷, 2020c)

【会社概要と競争優位の姿】廣瀬製紙株式会社は、1958年3月に、ビニロン繊維紙を機械抄きで量産することを目的として、廣瀬晋二によって設立された。現在の同社は、高知県土佐市に本社と製造拠点を置き、機能性繊維による工業中心の産業用の湿式不織布の製造、加工、販売を営んでいる。そして、単3・4型アルカリ・マンガン乾電池のセパレータ向け不織布の分野で、国内シェア約60%、世界シェア約30%を占めて競争優位の地位を築いている。また、水処理のための不織布フィルター「MF/UF膜支持体」に関して世界シェアの約70%を獲得してグローバルニッチトップ企業に認定されて

いる（経済産業省, 2020）

- 【事例研究のゴール】「起業家のアイデンティティ資本の蓄積と活用」「企業家による戦略ワーク」「起業家によるアイデンティティ・ワーク」のそれぞれのプロセスを記述し、それらの関係性を明らかにする。そのために、「アイデンティティ資本は、アイデンティティ・ワークと戦略ワークの融合にどのような影響を与えるだろうか」というリサーチ・クエスチョンを設定し、それに対応する理論仮説を導出することにした。
- 【調査】廣瀬製紙株式会社の本社を訪問し、同社の代表取締役会長（当時）である岡田勝利に対してインタビュー調査を実施した。また、同社の本工場とエクセニア工場を見学するとともに、取締役および品質 GM に対してインタビューを実施した。さらに、創業者の故廣瀬晋二の自宅を訪問し、配偶者の廣瀬壽賀からも当時の話を聞いた。
- 【分析方法】調査時に収集した定性データとしての一次情報と二次情報を用いて、廣瀬晋二によるアイデンティティ資本の蓄積、起業家的アイデンティティの形成、廣瀬製紙の創業および競争戦略の策定と実践、組織アイデンティティの形成にまつわる出来事を整理した。それらで構成される事例のまとめから、廣瀬晋二のアイデンティティ資本がアイデンティティ・ワークと戦略ワークの融合に影響を与えた因果メカニズムを帰納的に導出した。
- 【分析結果】起業家が創業前に自ら蓄積したアイデンティティ資本が、起業家のアイデンティティ形成のみならず、起業家によるビジネスモデルおよび技術戦略の創造の源泉になった。それが、起業家的アイデンティティを原動力とする戦略実践から自社の「ありたい姿」に結実すると、組織アイデンティティの創造に波及するアイデンティティ・ワークと戦略ワークの融合をもたらした。そうして戦略を通じて表現された組織アイデンティティは、戦略の実践において従業員に一体感をもたらしつつ同社の持続的競争優位の確立に影響を及ぼした。
- 【貢献】組織の創設や創造の文脈でのアイデンティティのダイナミクスに着目しつつ、組織におけるアイデンティティの起源と戦略の起源の関係性を明らかにして、戦略とアイデンティティの結びつきを探求する研究分野（Ravasi, 2017; 2020）に対して貢献を果たした。

#### (6) 複数事例研究の共通点と相違点

以上の事例では、それぞれの企業が希少かつ異質な資源を蓄積して競争優位を獲得するにあたり図 2 のプロセスが共通していた。その概要は、次の通りである。

1. アントレプレナーは、まず、コンテキストの影響（図 2 の Step 1）を「機会認識（図 2 の (a)）」の誘因としつつ、アイデンティティを形成した（図 2 の Step 2）。
2. アントレプレナーは、次いで、自身のアイデンティティを拠り所として、「発見的意思決定（図 2 の (b)）」から戦略を策定しつつ、組織的に遂行した（図 2 の Step 3）。
3. アントレプレナーは、そうした戦略遂行のプロセスで得た「共通理解（図 2 の (c)）」をもとに組織アイデンティティを形成すると（図 2 の Step 4）、それが「組織のメンバーの一体感、一斉行動（図 2 の (d)）」を促して、希少かつ異質な資源の深い蓄積をもたらした（図 2 の Step 5）。
4. 各企業は、そうして得た資源を「競争の武器（図 2 の (e)）」として活用し、ニッチ市場で持続的競争優位を達成した（図 2 の Step 6）。

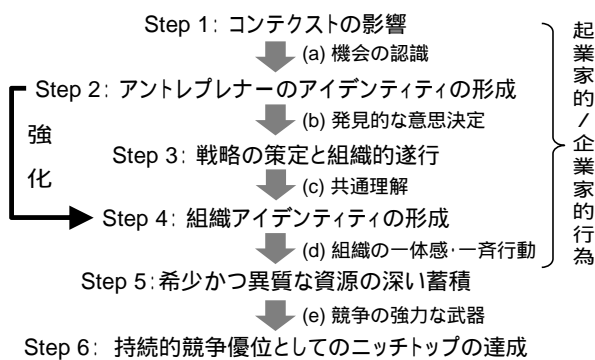


図 2. アントレプレナーのアイデンティティ・マネジメントとリソース・ベースト・ビューの関係性（出所）筆者作成。

本研究では、図 2 とその説明が、研究課題の核心をなす学問的問い「アントレプレナーによるアイデンティティ・マネジメントが、ニッチトップのための戦略の創造と組織的実践ひいては持続的競争優位の確立にどのように結びつくのか」に対応する仮説であるとみなす。

本研究で取り上げたニッチトップ型企業では、図 2 のプロセスが共通するものの、各プロセスの内容はまったく異なっていた。そうした違いが生じた理由は、次の通りである。それぞれの事例では、アントレプレナーのアイデンティティが組織アイデンティティへと強化され、それが希少かつ異質な資源の深い蓄積の源泉となった。それはコンテキストの影響を受けたアントレプレナーによる機会の認識に端を発していることから、どの事例も起業家的 / 企業家的行為（図 2）が希少で異質な資源の獲得と蓄積の誘因となった。そして、どれも、アントレプレナーが形成した二つのアイデンティティ（すなわちアントレプレナーによるアイデンティティ・マネジメントの内容）が、起業家 / 企業家的行為の中核となった。そうした起業家 / 企業家的行為は、図 2 の Step 1~4 までの多段階からなるプロセスにおいて次第に発展していったために、その帰結としての資源蓄積と競争優位の姿に大きな違いがもたらされた。本研究では、この Step 1~4 で構成される企業家 / 企業家的行為を追加することによって、リソース・ベースト・ビューをアントレプレナーシップの観点で拡張したと考える。

## 5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計12件（うち査読付論文 12件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 9件）

1. 著者名 石谷康人	4. 巻 23
2. 論文標題 アントレプレナーのアイデンティティ資本を源泉とするアイデンティティと戦略の創造	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 企業経営研究	6. 最初と最後の頁 1-15
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 石谷康人	4. 巻 23
2. 論文標題 アイデンティティ資本に基づくアイデンティティ・ワークと戦略ワークの融合	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 経営教育研究	6. 最初と最後の頁 53-62
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 石谷康人	4. 巻 9
2. 論文標題 アイデンティティ資本に基づくアイデンティティと戦略の創造	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 組織学会大会論文集（トランザクションズ）	6. 最初と最後の頁 126-132
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.11207/taaos.9.1_126	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 石谷 康人	4. 巻 36
2. 論文標題 アイデンティティ・ワークと新製品開発を伴う戦略実践の結びつき	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 日本ベンチャー学会誌	6. 最初と最後の頁 59～73
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.24717/jasve.36.0_59	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 石谷 康人	4. 巻 13
2. 論文標題 アントレプレナーによるアイデンティティおよび戦略の創造とコンテキストの関係	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 関西ベンチャー学会誌	6. 最初と最後の頁 56 ~ 66
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.24801/kansaiiv.13.0_56	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 石谷 康人	4. 巻 12
2. 論文標題 戦略的变化とアイデンティティ・ワークの相互関係	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 関西ベンチャー学会誌	6. 最初と最後の頁 1 ~ 11
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.24801/kansaiiv.12.0_1	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 石谷 康人	4. 巻 8
2. 論文標題 アイデンティティ形成と戦略実践のミクロレベルの相互作用	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 組織学会大会論文集	6. 最初と最後の頁 134 ~ 139
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.11207/taaos.8.1_134	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 石谷 康人	4. 巻 16
2. 論文標題 アイデンティティ駆動型のエフェクチュエーションからの持続的競争優位の確立利用	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 高知工科大学紀要	6. 最初と最後の頁 151 ~ 176
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 石谷康人	4. 巻 24
2. 論文標題 アントレプレナーのアイデンティティ資本を源泉とするアイデンティティと戦略の創造	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 企業経営研究	6. 最初と最後の頁 57-71
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 石谷 康人	4. 巻 18
2. 論文標題 組織アイデンティティの継続的構築 (査読あり論文)	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 高知工科大学紀要	6. 最初と最後の頁 77~102
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.32149/00002391	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 石谷 康人	4. 巻 10
2. 論文標題 組織におけるマテリアリティとアイデンティティの関係性	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 組織学会大会論文集	6. 最初と最後の頁 91~96
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.11207/taaos.10.1_91	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 石谷 康人	4. 巻 19
2. 論文標題 戦略への縦断的アプローチによる組織アイデンティティ形成の考察	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 イノベーション・マネジメント	6. 最初と最後の頁 71~89
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.24677/riim.19.0_71	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -



〔学会発表〕 計10件（うち招待講演 0件 / うち国際学会 0件）

1. 発表者名 石谷康人
2. 発表標題 アイデンティティ資本に基づくアイデンティティと戦略の創造
3. 学会等名 2020年度組織学会研究発表大会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 石谷康人
2. 発表標題 アイデンティティと戦略の相互作用：株式会社太陽の事例研究
3. 学会等名 企業家研究フォーラム2020年度年次大会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 石谷康人
2. 発表標題 リレーショナルなアイデンティティ・ワークが誘発する専門職のアイデンティティ再構築
3. 学会等名 日本企業経営学会第61回研究大会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 石谷康人
2. 発表標題 アントレプレナーによるアイデンティティおよび戦略の創造とコンテキストの関係
3. 学会等名 関西ベンチャー学会第20回年次大会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 石谷 康人
2. 発表標題 アイデンティティ形成と戦略実践のミクロレベルの相互作用
3. 学会等名 組織学会2019年度研究発表大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 石谷 康人
2. 発表標題 企業家と意思決定：株式会社技研製作所の事例研究
3. 学会等名 企業家研究フォーラム2019年度年次大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 石谷 康人
2. 発表標題 戦略実践とアイデンティティ・ワークの相互作用
3. 学会等名 日本企業経営学会第59回研究大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 石谷康人
2. 発表標題 組織におけるマテリアリティとアイデンティティの関係性
3. 学会等名 2021年度組織学会研究発表大会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 石谷康人
2. 発表標題 創業者のアイデンティティの進化とアントレプレナーシップ
3. 学会等名 企業家研究フォーラム2021年度年次大会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 石谷康人
2. 発表標題 地域のBtoB中小企業のアイデンティティと戦略の結びつき
3. 学会等名 第78回組織学会九州支部例会
4. 発表年 2022年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関