

令和元年6月26日現在

機関番号：20102

研究種目：研究活動スタート支援

研究期間：2017～2018

課題番号：17H06981

研究課題名(和文) 海外進出する中小企業におけるメタ認知に関する実証研究

研究課題名(英文) An Empirical Study on the Metacognition of Decision Makers in International Small and Medium Sized Enterprises

研究代表者

曽我 寛人 (Soga, Hiroto)

釧路公立大学・経済学部・講師

研究者番号：70803211

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,100,000円

研究成果の概要(和文)：中小企業における国際ビジネスに関する意思決定者のメタ認知能力に焦点を当て、研究を行なった。メタ認知能力とは、個人の思考プロセスを監視・修正する認知能力のことである。本研究では、このメタ認知能力が、その人のナルシズムの程度と関係して、企業の業績予測に対して影響を与えていることを実証分析により明らかにすることができた。また、異文化に関する知識を意味する認知CQと異文化に積極的に接触を行なうことを意味する動機CQがメタ認知能力と関係して、企業の業績と業績予測に対して影響を与えていることを明らかにすることができた。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究は、国際経営の学問領域に文化的知性という観点を提示するとともに、国際業績及びその予測と文化的知性の関係を示すことができた。これを踏まえると、中小企業の意志決定者が、メタ認知能力、認知CQ、動機CQを高めること、そして、個人の特性であるナルシズムといった要素に注意を払うことによって、国際業績予測の精度の向上や国際業績の改善が期待できるのである。

研究成果の概要(英文)：This study focuses on metacognition, which monitors and controls the cognitive process, and the relationship between the metacognition of decision makers in small and medium sized enterprises, the international performance of these firms, and the predictions of this performance. The empirical results show that metacognition has an indirect influence on international performance and its prediction in terms of the metacognitive aspects of narcissism, cognitive CQ, and motivational CQ, which is related to cultural intelligence.

研究分野：国際経営

キーワード：国際経営 海外進出 メタ認知 文化的知性 実証研究

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19、CK - 19 (共通)

### 1. 研究開始当初の背景

本研究に至る過程において、企業の海外進出に関する研究を積み重ねてきた。具体的には、企業の海外進出方法について理論的・実証的に研究を行い、中小企業の海外進出方法が大企業と異なることを明らかにした(曾我(2014)「海外市場参入形態に関する探索的分析 外部環境の変化に伴う分類」『商学研究論集』175-192頁)。さらに、その結果に基づき、中小企業の海外進出についての理論的研究及びその動向に関する研究を行い、中小企業の海外進出支援に対する重要性を明らかにした(曾我(2015)「Foreign Market Entry of SMEs: New Trends and Research Issues」『商学研究論集』125-138頁)。それと同時に、意思決定者の特性、すなわち、特性理論の観点から、主にメタ認知に焦点を当て、企業の海外進出についての研究も進めてきた。具体的には、経営学・商学におけるメタ認知の先行研究を整理し、メタ認知容易性とメタ認知能力の2つの要素を導き出した(曾我(2016)「中小企業の国際経営及び国際マーケティングへのメタ認知の援用に関する一考察経営学及び商学におけるメタ認知と関連する先行研究の整理を中心として」『商学研究論集』111-130頁)。さらに、それに基づいて、企業の海外進出を支援する際にメタ認知容易性が高い情報、すなわち、メタ認知を行いやすい情報が支援対象の企業に提供される際に、その企業のパフォーマンスが高まることを提言した(曾我(2016)「国際ビジネス戦略に対するメタ認知の影響に関する一考察」日本経営診断学会第49回全国大会)。しかしながら、メタ認知の観点からの既存の研究は決して多くはない。そのため、メタ認知の観点から中小企業の海外進出を捉えることは研究の新規性があると考えるのである。

### 2. 研究の目的

中小企業の海外進出に関する研究では、2つのアプローチが多く用いられている。1つ目に他者や他組織とのネットワークに注目したものがある(曾我(2014)「海外における中小企業の成功要因に関する一考察」『商学研究論集』129-146頁)。たとえば、Zhou et.al.(2007) “Internationalization and the performance of born-global SMEs” *Journal of International Business Studies*)は、社会的なネットワークが企業の国際化と海外でのパフォーマンスを媒介する関係にあり、このネットワークを重視している企業は、そうでない企業と比べて、パフォーマンスが優れていることを示している。もう1つは、起業家、意思決定者に焦点を絞ったものがある。近年では、中小企業のうち、創業間もない企業、すなわち、ボーングローバル企業の研究においてこの側面が強調されている(Cavusgil et. al (2009) *Born Global Firms*)。また、Academy of Management Journal の第43巻5号において、国際起業家精神に注目が集まっていることから、中小企業の起業家や意思決定者への関心が高まっていると言える。

意思決定者の認知や心理は、企業の戦略やパフォーマンスに影響を与えていることが示されているものの、海外進出する中小企業の意思決定者の認知に注目した研究は少ない。特に、規模の小さな企業においては、個人によって意思決定が行われる傾向が強いことから、中小企業の経営戦略やパフォーマンスについて論じる際には、個人の能力や認知を無視することはできないと考えるのである。

他方、近年、国際ビジネス分野において、個人の認知に焦点を当てた研究が登場している。国際ビジネス分野の一領域である異文化経営で論じられる文化的知性の概念においては、メタ認知という個人の認知に焦点が当てられている。この文化的知性は、動機、認知、メタ認知、行動の4つの要素から構成され、これらの要素が適切に働くことによって、異文化の理解につながることを示されている(Early(2002) “Redefining interactions across cultures and organizations” *Research in Organizational Behavior*)。具体的に言うと、動機の要素によって異文化に関連する情報の収集が行われ、認知の要素によって異文化に関する情報や知識が蓄積され、メタ認知の要素によってその情報が適切に解釈・理解され、行動の要素によってその解釈・理解に基づく適切な行動、すなわち、異文化コンフリクトを回避する行動が実現されるのである。このことから、中小企業の意思決定者や国際部門のマネジャーにとってメタ認知能力は不可欠なのであると言える。

このように、先行研究を踏まえると、中小企業の海外進出についてメタ認知の観点から研究を進めることは意義のあることであると考えられる。そこで、本研究では、意思決定者のメタ認知能力と海外進出する中小企業との関係について、特に、メタ認知能力とその企業の国際パフォーマンスとの関係を明らかにすることにする。

### 3. 研究の方法

本研究はこれまでの研究の延長線上にある。これまでの研究において、メタ認知に関する先行研究に基づいてメタ認知と企業の海外進出との関係を理論的に明らかにしてきた(曾我(2016)「国際ビジネス戦略に対するメタ認知の影響に関する一考察」日本経営診断学会第49回全国大会)。本研究においては、これまでの研究に基づいて、メタ認知能力と中小企業のパフォーマンスの関係を実証分析により明らかにする。具体的には、日本の中小企業を対象としたアンケート調査を実施し、そこから得たデータを使用して定量的な分析を行う。

### 4. 研究成果

本研究においては、まず、メタ認知能力と中小企業の国際パフォーマンスの関係について明らかにすることができた。実証分析を行う前に、企業の海外進出におけるメタ認知能力に関す

る研究の整理を行った(雑誌論文)。従来の研究及び雑誌論文に基づいて、メタ認知能力と中小企業の国際パフォーマンスの関係についての実証分析を行った。これについては、直接的な関係が確認できなかったが、メタ認知能力が文化的知性の構成要素である認知 CQ と動機 CQ を媒介して中小企業の業績に影響を与えることが確認できた。また、メタ認知能力を含む文化的知性の先行研究においては、文化的知性と個人の心理的特性との関係を明らかにする分析が行われている。本研究では、意思決定者のナルシズムを変数とした分析を行った。その結果、メタ認知能力はナルシズムを媒介し、企業の国際パフォーマンスに影響を与えることは確認できなかったが、国際パフォーマンスの予測と実際の国際パフォーマンスとの乖離に影響を与えることが確認できた。さらに、メタ認知能力が認知 CQ 及び動機 CQ を媒介し、動機 CQ がこの乖離に影響を与えていることも確認できた。これらのことから、メタ認知能力は、ナルシズム、認知 CQ、動機 CQ といった個人の特性を通じて、企業の国際パフォーマンスやその予測に影響を与えていることがわかったのである(学会発表)。

また、本研究課題から派生して得られた研究成果がある。1 つ目に、ダイナミックケイパビリティにおける問題の 1 つである意思決定者バイアスをメタ認知能力が低減することを提示することができた。ダイナミックケイパビリティにおいては、マネジャーの認知における意思決定者バイアスが一貫性のない経営戦略の策定につながる危険性があることが指摘されている(Teece(2009) *Dynamic Capabilities and Strategic Management: Organizing for Innovation and Growth*, Oxford University Press.)。メタ認知能力は、個人の認知プロセスを監視し、修正することから、認知バイアスが軽減されるとされている。そのため、メタ認知能力により、ダイナミックケイパビリティにおける意思決定者バイアスが軽減され、一貫した戦略策定につながると考えられるのである(学会発表)。

2 つ目に、メタ認知能力を含む文化的知性の観点から研究を行い、国際ビジネスコミュニケーションにおけるメタ認知能力の役割についての提言を行なった。具体的には、メタ認知 CQ が国際ビジネスコミュニケーションにおける伝達事項をコード化する際に、バイアスのない形でコード化することを示した。また、国際ビジネスコミュニケーションにおける事前情報配分を考える際には、記憶通信路のコミュニケーション・ネットワークにおける事前情報配分モデル(山下洋史, 権善喜 (2015) 「コミュニケーション・ネットワークにおける事前情報配分モデル」情報コミュニケーション学会全国大会発表論文集, pp.36-39)の「情報の囲い込み確率」を「文化的知性確率」と捉えることにより、同様の形式でモデル化が可能であることも併せて示した。

3 つ目に、メタ認知能力を含む文化的知性の枠組みについての検討を行なった。文化的知性の研究においては 2 つのモデルが併存している状況にある。この 2 つのモデルを比較するために、SFCQ を用いた分析を行い、このモデルの妥当性について検討を加えた(Thomas et al. (2015) “Cultural Intelligence: A theory-based, short form measure”, *Journal of International Business Studies*, vol.46, no.9, pp.1099-1118)。その結果、知識に関する質問項目については若干の問題があるものの、メタ認知能力に関する質問項目については大きな問題がないことが明らかになった(雑誌論文)。しかしながら、もう一つのモデル(Ang, S., Dyne, L. V., Koh, C., Ng, K. Y., Templer, K. J., Tay, C., and Chandrasekar, N. A. (2007) “Cultural Intelligence: Its Measurement and Effects on Cultural Judgment and Decision Making, Cultural Adaptation and Task performance”, *Management and Organization Review*, vol.3, no.3, pp.335-371.)を使用した分析を行うことができていないため、2 つのモデルの比較を行なうことが今後の研究課題として残された。

4 つ目に、文化的知性における他の要素とメタ認知能力の関係について検討を加えた。実証分析を行った結果、文化的知性の認知 CQ、動機 CQ、行動 CQ とメタ認知能力は相互に関連のあるものであることがわかった。このことから、メタ認知能力から、文化的知性へと拡張した視点により中小企業の海外進出を捉えることが今後必要であることがわかった(学会発表)。

5 つ目に、メタ認知能力が文化的知性と関連があることから、文化に着目した研究を行なった。具体的には、文化的距離と海外子会社の立地選択の関係についてエントロピー・モデルの枠組みにより、新たな分析モデルを提案した。そのモデルによる実証分析を行ったところ、Hofstede 指数における「男性らしさ-女性らしさ」に次いで、「長期志向-短期志向」を重要視するという日本企業の立地選択の特徴を明らかにすることができた(学会発表)。

6 つ目に、経営理念と国際パフォーマンスの関係についての分析を行った。メタ認知能力といった個人の特性以外にも企業の国際業績に影響を与える要素が存在するため、こういった要素にも注意を払う必要があるのである。そこで、国際経営の領域であまり研究の行なわれていない経営理念の観点から分析を行なった。その結果、経営理念に国際的な要素が含まれている場合に、国際パフォーマンスが高まることが確認できた(学会発表)。

このように、複数の研究成果をあげることができた。

## 5. 主な発表論文等

[雑誌論文](計 2 件)

曾我真人、企業の国際パフォーマンスに対するメタ認知の影響に関する一考察、日本経営診断学会論集 Vol.17、2017 年、pp.82 - 87

曾我真人、SFCQ を用いた文化的知性に関する実証研究 文化的知性の日本における適用可

能性とパーソナリティとの関係性について、釧路公立大学紀要社会科学研究、31号、2019年、pp.135-149

〔学会発表〕(計6件)

Hiroto Soga, Impact of Metacognition on International Business Strategy: A Dynamic Managerial Capability Perspective, JAMS International Conference on Business & Information 2017, 2017.

Hiroto Soga, The Relationship between Metacognition, Over-confidence, and Firms' International Performance, IEOM Washington DC Conference, 2018

曽我寛人、企業の国際業績に対する経営理念の影響に関する分析、日本貿易学会、2018年  
曽我寛人、国際ビジネスコミュニケーションにおける文化的知性の役割に関する一考察、日本経営システム学会、2018年

曽我寛人、エントロピー・モデルによる文化的類似度と海外子会社の立地選択の関係に関する実証分析、日本貿易学会、2018年

曽我寛人、文化的知性における動機の位置づけ及び要素間の相互作用に関する一考察、日本経営診断学会、2019年

〔図書〕(計 件)

〔産業財産権〕

出願状況(計 件)

名称：  
発明者：  
権利者：  
種類：  
番号：  
出願年：  
国内外の別：

取得状況(計 件)

名称：  
発明者：  
権利者：  
種類：  
番号：  
取得年：  
国内外の別：

〔その他〕

ホームページ等

6. 研究組織

(1)研究分担者

研究分担者氏名：

ローマ字氏名：

所属研究機関名：

部局名：

職名：

研究者番号(8桁)：

(2)研究協力者

研究協力者氏名：

ローマ字氏名：

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、研究者個人に帰属されます。