

科学研究費助成事業 研究成果報告書

令和 2 年 6 月 15 日現在

機関番号：32601

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2016～2019

課題番号：16K03881

研究課題名(和文) 経営視覚による間主観的環境認識の形成に基づく起業アイデアの創造

研究課題名(英文) Creation of Entrepreneurial Idea Based on Formation of Intersubjective Cognition of Environments via Managerial Vision

研究代表者

吉田 猛 (Yoshida, Takeshi)

青山学院大学・経営学部・教授

研究者番号：00200999

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,300,000円

研究成果の概要(和文)：起業家研究においてさまざまなアプローチが存在するが、その中で近年注目を集めてきているのが、起業家認知アプローチである。起業家は環境をどのような視点から眺め、起業機会を認識したり、起業アイデアを創造したりするのかを、起業家の内的な認知から明らかにしようとするものである。ただし、近年では内面だけではなく、さまざまな状況的要素と内面との相互作用から、認知を明らかにしようとする社会的状況認知アプローチが採用されることが多い。今回の研究では、やや内面に重きを置いて、起業家の認知の中でもあまり焦点が当てられてこなかった経営感覚の中の重要な要素である経営視覚から起業家活動を分析していこうとするものである。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究の学術的意義は、まず、起業家研究での認知的アプローチは近年比較的多数の研究者によって取り上げられているが、その中でも経営感覚、特に経営視覚についてはほとんど関心が向けられてこなかった。そこで本研究は起業家活動を視覚の観点から研究し、新たな知見を得ることを学術的に最も重要な意義と考える。

社会的な意義は、起業家になれるのはどのような人物かということを感じおよび認知的な側面から解き明かし、その知見を、学校における教育あるいは企業内あるいは社会の中での訓練の内容に組み込むことで、より効果的に起業家の選抜や育成に活かすことが可能になると考えられる。

研究成果の概要(英文)：Currently there are various approaches to the research on entrepreneurship. Among them entrepreneurial cognition approach is recently noted. From inside or mental process of entrepreneurs it explains why and how they search and find out for the specific circumstances, and from their activities or experiences it clarify the reason why the specific business opportunity or chance will be sought out and/or entrepreneurial ideas will be created. But recently a new approach to studying on entrepreneurial cognition is emerging. In this approach, entrepreneurs create new idea not only from inside but through interactions between inside and situational factors surrounding them. It is called "socially situated cognition approach". Based on this approach this research aims to analyze entrepreneurship particularly in terms of managerial visual sensation.

研究分野：経営学

キーワード：起業家認知 経営視覚 社会的状況認知

1. 研究開始当初の背景

研究開始当初、起業家研究において認知的アプローチは重要な下位分野の一つとなりつつあるという状況であった。ただ、その焦点は起業家個人の認知に向けられることが多かったが、他方それと比して起業を開始し持続させるために起業者のみならず周りを取り囲むさまざまな利害関係者との間に生じる認知的な相互作用が必要であると捉える研究は多いとは言えなかった。加えて、起業アイデアの創造や起業機会の認識においては、知識がどのように創造されるか、および関連する知識がいかに取得されるかという知識面からの議論が中心であった。それに対して、人が情報を取得する際に頻繁に使用する人間に共通の感覚に関する議論は少なく、あるとしても起業者の気質や性格という個人の面からの分析が核で、相互作用の中で感覚を捉える議論もけっして多いとは言えない状況にあった。

これらのことを踏まえると、環境の変化を捉え、そこから情報を獲得する起業者のメンタルプロセスでは感覚と認知の両者が相互作用しながら情報が生成されている、そして行動プロセスではその情報が環境や自他の行動との間に相互作用しながら進行していると捉えられることになる。そう捉えると、起業活動とは複数の要素との間にきわめて複雑な相互作用を創り出しながら進展するプロセスであり、メンタルプロセスで生み出された感覚情報、そしてそれを認知的に処理して作り出される認知情報としての「起業アイデア」が、起業行動プロセスに送り込まれると捉えることで、起業活動全体がより正確かつ包括的に描き出せることになる。その結果、起業活動の全体像は下図のようになる。

ただし、起業活動の全体像を把握する前段階として、まず図 1 のもっとも左側にある枠で囲まれた部分(起業者のメンタルプロセス)を主たる分析対象としそこから得られた知見によって、右側にある要因を徐々に組み込んで、より包括的かつ綿密な分析を加えることで全体像が捉えられると考えた。そのため、本研究ではまずもっとも左側のメンタルプロセスの研究に取り組むことにしたのである。

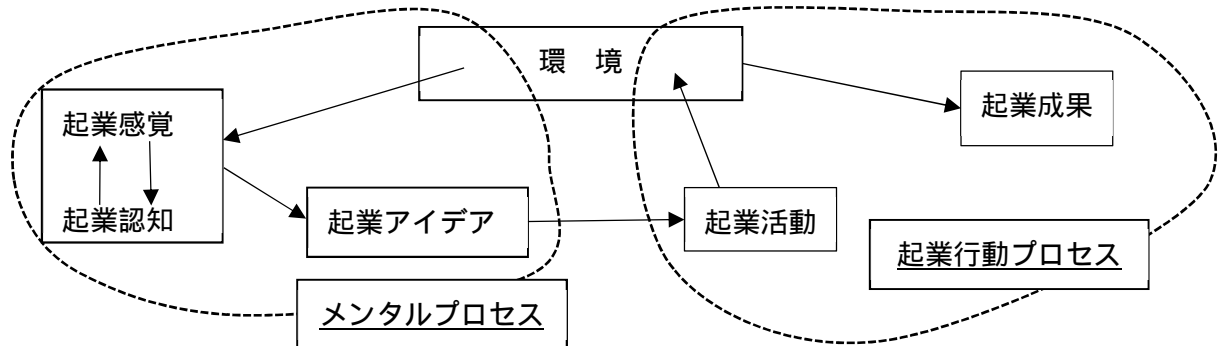


図 1 複合的起業活動

2. 研究の目的

上述したとおり、起業家活動を認知的に研究するアプローチを拡張するために、相互作用的な認知、および相互作用的な感覚から、いかにして間主観的な認識が生まれ、それがどのようにすれば起業アイデアへに結実できるようになるのか、あるいは相互作用の中で起業機会がどのようにして認識されるようになるのかを考えなければならない。

これまでの環境の認識の仕方は二分法が取られており、客観的に環境を捉えた上で新たな社会的価値を発見しようとするのか、あるいは主観的に機会を認知し独自の意味の創造に取り組むのかのいずれかであった。では、どちらがより正確に環境を捉えており、その結果起業認知の研究の基盤となると言えるのであろうか。

起業家研究に限って言えば、客観的に環境を分析する際に利用される枠組み(PEST分析、あるいはポジショニング分析等)に基づくべきであるのか、あるいは主観的に環境を解釈し意味を構成する(組織認識論、社会構成主義等)を基本とするのかというように二分化され、いずれを基盤にして研究を行うべきかの選択が求められてきた。

本研究は、以上のような客観主義か、主観主義かという二者択一的な観点からでは起業活動の実態を正確に捉えきれないと考え、第一に経営感覚の最重要な部分である「経営視覚」概念を新たに構成し、その上で起業家は主観・客観のいずれでもなく間主観的に環境を認識し、それを基に起業アイデアの創出や起業期間の認識を行っていることを理論的に明らかにしようとした。第二に、この理論的結果を基に仮説を設定し、その検証を質問票調査によって行おうとするものである。

3. 研究の方法

方法は研究期間の前半と後半で異なっている。前半では、広範囲にわたる視覚の文献の収集と分析を行った。経営学さらには社会科学を越えて、光学や生物学の領域に渡って文献を精査した。ただし、基本的な視覚の仕組みなどの理解を得た後は、既に公刊している拙著「経営視覚：経営組織には外界の現象はどう映っているのか」(2015)の内容を大きく変える知見が得られるか否かに焦点を当て、理論的な研究を進めてきた。

研究期間の後半では、理論的な研究成果を得たあと、起業者のメンタルプロセス(視覚と認知)によって間主観的な理解が得られるかどうかに関して、質問票を作成し実証研究を行った。

4. 研究成果

経営視覚の観点から起業認知を理論的に検討することとともに、起業認知の理論的な研究を行うことで、図2のように起業プロセスが進行していくと捉えられるようになった。すなわち、起業プロセスにおいては、メンタルプロセスと起業行動プロセスが連鎖的に進行する複合的かつ循環的なプロセスであり、その間をつなぐのが起業アイデアだということである。

図1では、起業感覚と起業認知が含まれることになっており、環境からメンタルプロセスへ、そしてそこから起業活動、そして起業成果とつながり動的になっているように見えるが、メンタルプロセスから起業行動プロセスへ方向的に推移し、成果につながるという単線的なプロセスではない。

しかし、このようなフローが相互作用的かつ連鎖的に展開し、段階が形成されていると考えたほうがより現実的である。すなわち図1で示されているプロセスは一つの段階を表すものであるが、起業活動ではその内容が質的に量的に変化していくという意味で段階を形成していると捉えるべきではないかということである。

図2はこのような段階的な進展を表したものである。t0すなわち0段階において、環境を起業感覚が捉え感覚情報に変えて認知プロセスへ送り込む。認知プロセスにおいて認知情報すなわち知識、目標、方法が形成され、起業が始められる。起業活動は、環境に働きかけると共に、その結果が起業成果として生み出される。同時に経験を作り出したりノウハウを獲得することで認知に影響が及んで新しい認知の状態が作り出される。

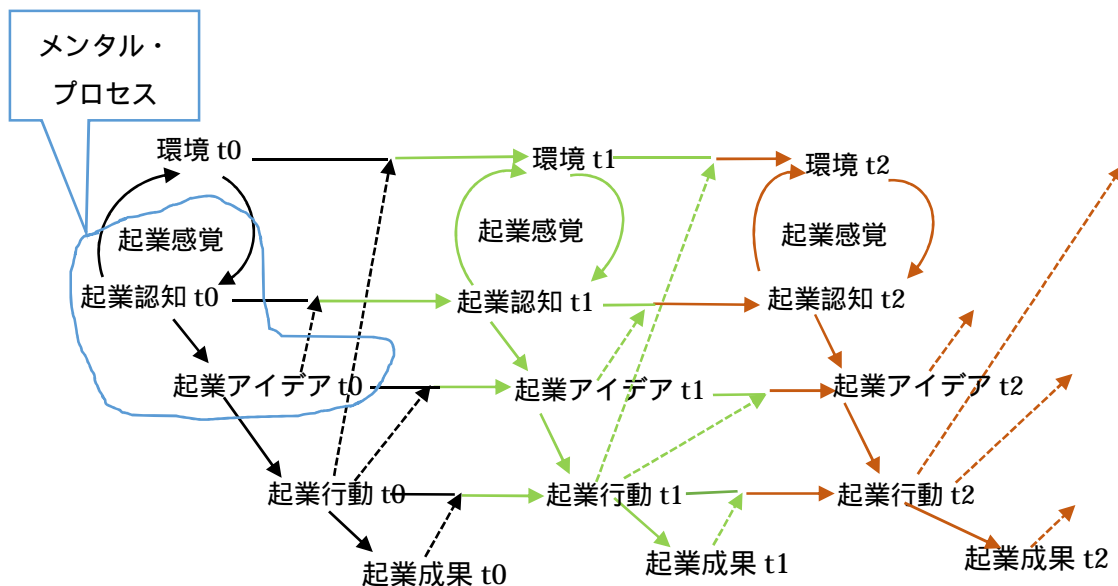


図2 複合的起業認知循環

(tは段階を表す。たとえば、t0は0段階目、すなわち、起業を開始する前の段階を示している。また、矢印は要素間の影響関係を示す。そして色は同一段階の影響関係を指している。たとえば緑はt1段階の影響関係を指している。なお、実線は同一段階での影響関係を指し示し、点線は前段階に属する要素が同段階にある他の要素に影響を及ぼして段階を進展させるような作用を有する影響関係を表している)

また、起業活動は環境に働きかけて成果を生み出そうとするが、その過程で環境の一部あるいは大半が変質する可能性が生まれる。例えば、顧客のニーズの充足や競合企業の参入は環境を変

える原因の一部となりうる。また、起業成果は次の起業活動に資源を供給することで活動を維持したり、時に活動を大幅に変更する。また、新たな環境を起業感覚が捉え、そこで作り出される新たな感覚情報は、新しい段階にある認知に情報を供給する。このようにして、それぞれの要素は一つずつあるいはいくつか同時に新たな段階に進んでいくことにより起業活動を進行させていくことになる。

ただし、段階を形成する基準に関して言えば、起業活動の変化によって結果的に分かるしかないのか、事前に確認できるのかどうかは現時点では不明であるが、環境の変化はおそらくその一因になり得るであろう。また、一連の起業活動の研究において事後的には判明するが、それを事前に規定できるかどうかは今後の研究課題の一つである。ただし、企業成長論において段階の研究はされてきており、その研究成果を参考にして研究を進められるのではないかと考えている。

本研究はこのように起業アイデアを核にして起業プロセスが進行するという概念枠組みを作り出した点において、これらのより多くの理論的な成果を生み出す基盤となるのではないかと考えている。

続いて、実証研究の成果は、以下の通りである。第一に、起業活動を視覚という面から探り出せるような実証研究を初めて行った点において本研究は今後起業感覚に関する研究の糸口を創り出したのではないかと考えられる。起業家がどのように環境を見ているのかについて明らかになった点がいくつか見出せた。特に、視点において環境の中で相対的にどの利害関係者にもっとも重きを置いているのかが明らかになった。もちろん、顧客がもっとも重要であることは本研究以前から明らかであった。しかし、その重点を数字として明確に表されることが少なかったため、本研究がどの程度重要視しているかをパーセンテージで表した点において画期的ではないかと考えている。また、利害関係者をどのように見ているのかについて perspective taking (視座共有)の観点から明確にできた。基本的には感覚や視座の共有に関して起業家は重要視している傾向があることが分かったのであるが、問いがかなり日常的内容であったため、ややもすれば肯定的な回答が多くなってしまった。その結果、起業活動の共有の実態を明確にできなかった可能性がある。起業に密接に結びついた設問にしておけば、違った回答結果が入手できたのではないかと考えられる。

第二に、理論面で検討したように、起業アイデアを可変的に捉える集団とそうでない集団があることが分かった。ただし、その二つの集団において、統計的に有意な差異がある経営視覚的な設問が少数あったが、大多数は有意性がなかった。この点から言えることとしては、視覚に関する問いが差異を明確にするものになっていなかったのではないかと課題が考えられる。さらに、そもそも起業アイデアを流動的に見るかあるいは固定的に見るかという区分自体が起業家集団を区分する上であまり大きな意味を持っていなかったのではないかとということがあげられる。ただし、後者についてはこの区分基準は複数の問いの間に整合的になっており、区分自体は明確に存在していると言えるが、区分が持つ意味についてももう少し理論的にも、実証的にも深く探求していくべきだと考えられる。前者に関して言えば、本研究を踏まえて起業家間での差異をより明確にできるような設問を考えていく必要があると言える。

第三に、起業アイデアを作り出す際にどのような知識ベースを利用するかについての設問から、もっとも利用するのが自らの経験であることが分かった。この自らの経験は、起業アイデアを考える際、実際起業活動を行っている際、そして未来を予測する際、の三つにおいてすべてにもっとも大きな影響をもっていることが分かった。もちろん、他の起業家の経験、概念的な教育指導、あるいは社会的・技術的な動向などについても関心を持っているが、その比率は自らの経験に比べきわめて低いと言わざるを得ない。今後、どのような経験が操業や事業の継続に強い影響をもつのかを調べて行ければと考えている。そのようなことが分かれば、起業を目指す人々の指針になる上に、擬似的ではあるが教育現場においてもその経験から抽出された教訓によって就業の経験が無くても、起業のための経験を積むことが可能になる。

以上をもって、科学研究費を使用した研究に関する報告を終える。

以上

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計1件（うち査読付論文 0件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 0件）

1. 著者名 吉田孟史	4. 巻 53
2. 論文標題 事業アイデア創造論序説 ロジック構成体とその源泉	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 青山経営論集	6. 最初と最後の頁 97 - 111
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 無
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 -

〔学会発表〕 計3件（うち招待講演 0件 / うち国際学会 0件）

1. 発表者名 吉田孟史
2. 発表標題 ロジックの漸進的な構成という観点から見た起業
3. 学会等名 日本情報経営学会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 吉田猛
2. 発表標題 起業家による事業アイデアの形成：ロジック構築の観点から
3. 学会等名 日本情報経営学会第75回全国大会
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 吉田 孟史（猛）
2. 発表標題 経営視覚と組織の知識創造：エフェクチュアル知識創造を中心にして
3. 学会等名 日本情報経営学会第73回全国大会
4. 発表年 2016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
--	---------------------------	-----------------------	----