

令和 2 年 6 月 17 日現在

機関番号：32663

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2016～2019

課題番号：16K17176

研究課題名(和文) 中小・小規模企業の国際的アントレプレナーシップと地域公的機関活用モデル

研究課題名(英文) International Entrepreneurship in Japanese SMEs under Local Public Policies

研究代表者

山本 聡 (Yamamoto, Satohi)

東洋大学・経営学部・教授

研究者番号：60632346

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,200,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では「中小企業の経営者がどのように海外市場参入を実現したのか」、「その過程で、地域公的機関とどのような関係を構築したのか」という問いに対し、国際的アントレプレナーシップを分析視点とした解答を試みた。より具体的には、エフィカシやセレンディピティ、エフェクチュエーション、グローバルマインドセット、内発的動機付け、グリッドといったアントレプレナーシップ研究に関する諸々の視点から、中小企業の海外市場参入プロセスを明らかにしていった。そこではファミリービジネスの理論との接続も図っている。また、定性研究だけでなく、マイクロデータを用いた定量研究からも、上記の問いに対する解答を限定的にだが試みた。

研究成果の学術的意義や社会的意義

近年、国内市場の縮小などを背景に、海外市場参入を志向・実現する中小企業、特に小規模企業が増加している。しかし、その数・割合はまだまだ少なく、政策的課題になっている。中小企業は大企業に比べ、経営者の意思決定と行動が企業経営により大きな影響を与える。また、経営資源の制約と脆弱性がより大きくなる。そのため、中小企業の経営者がどのように国際的アントレプレナーシップ(=海外市場における事業機会の発見や活用に連なる姿勢・行動)を発露し、どのように地域公的機関などの外部組織を活用して、海外市場参入を実現したのか、そのプロセスを明らかにすることは学術上、経済政策上の多大な意義がある。

研究成果の概要(英文)：The purpose of this research is to explore and insist the importance of “International Entrepreneurship” in the context of internationalization of Japanese SMEs such as parts suppliers, traditional craft enterprises and food companies. We especially focus on the relationships between SMEs and public institution to realize foreign market entries. Applying the above viewpoints. We assessed case studies with semi-structured interviews on top-managers in Japanese SMEs. We exploratorily found that components of international entrepreneurship, efficacy, serendipity, effectual logics, global mindset, grid and intrinsic motivation, drove many of Japanese top-managers realized into trade with oversea companies especially in western countries. In addition, using micro-data, we tried to answer our research questions empirically. Finally, we attempted to connect our findings with recent theories of family business and employee entrepreneurial behaviors for next research.

研究分野：経営学

キーワード：中小企業 国際的アントレプレナーシップ 地域公的機関 境界連結者 国際的企業家志向性 グローバル・マインドセット 内発的動機付け ファミリービジネス

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。

## 様式 C-19、F-19-1、Z-19 (共通)

### 1. 研究開始当初の背景

日本の中小企業は人口減少や高齢化、大企業の海外展開による国内市場の縮小に直面し、海外市場参入が事業継続上の要諦の一つとなっている。政策的な観点からも、2010年6月の「中小企業憲章」、2014年6月改正の「中小企業基本法第16条」、2014年の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」で、中小企業の海外市場参入の意義と地域の自治体・公的機関の支援が謳われていた。また、2015年の「小規模企業白書」でも同様の事項が謳われている。そして、中小企業・小規模事業者海外展開戦略支援事業、JAPANブランド育成支援事業、日本の中堅・中小企業とのグローバルアライアンス支援、グローバルニッチトップ支援貸付制度、新輸出大国コンソーシアムといった種々様々な支援施策が、政府や公的機関により実施されている。その結果、海外市場参入を志向・実現する中小企業、特に小規模企業が増加しているが、その数・割合はいまだ少ない(中小企業白書 2014年度、p.297)。よって、中小製造企業の海外市場参入プロセスを分析対象にすることは学術上、企業経営上、経済政策上の意義と妥当性が存在する。中小企業の海外市場参入プロセスを解明しようとした場合、当該企業が海外市場参入を：どのように志向したのか、：どのように実現したのか、：どのように継続したのか、といった複数の問いを順序立てながら、個々に解答していく必要があると言える。

なお、日本の製造業は、高度経済成長期以降、現在に至るまで、優れた部品を供給する中小製造企業と顧客企業としての大手完成品企業や大手部品企業との受発注関係を国際競争力の源泉の一つとしてきた。こうした「下請関係」は、欧米の産業と比較された上で、日本の製造業の特徴ともされてきた。すなわち、中小製造企業は顧客企業との下請関係の中で成長し、「関係的特殊技能(Relational Specific Skill)」などと呼ばれる能力を構築してきたのである。日本の中小製造企業の海外市場参入プロセスを明らかにする際は、このような業種の特徴を鑑みる必要がある。これは伝統工芸品企業や食品企業も同様である。伝統工芸品企業や食品企業も地域の分業構造に埋め込まれ、その歴史を背景に事業を継続してきたなどの特徴がある。

加えて、中小企業は地域に埋め込まれた存在でもある。そのため、中小企業の海外市場参入プロセスを検討する際には、地域の特性も踏まえる必要がある。本科学研究費補助金の代表者は、これまで、中小企業の新市場参入プロセスを解明する中で(『「人材」から見た国内素材材企業における営業能力の形成と取引関係の変化』『中小企業学会論集』)、幾つかの企業が事業継続のために海外市場に参入していることを示した(『中小企業の国際化戦略』)。並行して、シンガポールや韓国の中小企業が公的機関を活用し、海外市場参入に先駆けたことも見出した(『中小製造業における海外受注獲得プロセスの国際比較』『ネットワークの再編とイノベーション』同友館、『シンガポールの医療機器産業の発展プロセスにおける多重性』『中小企業学会論集』、『シンガポールの中小部品企業における取引関係の国際化プロセスの探索的研究』『多国籍企業研究』など)。こうした研究成果と政策動向から、中小企業の海外市場参入に地域公的機関が重要な役割を果たすと仮説を立て、科学研究費補助金・若手研究B「国内中小企業の海外市場参入プロセスにおける地域公的機関の戦略的役割」に応募、採択された(平成25~27年度)。当該研究では、部品、伝統工芸品、水産物などの業種特性を踏まえ、多摩地域(東京都、埼玉県)、山梨県、茨城県、新潟県、長野県、静岡県、福島県、岩手県、岐阜県、大阪府、広島県、鳥根県、福岡県にて聞き取り調査を行った。そして、「国際的アントレプレナーシップ」(=海外市場の事業機会の発見、活用につながる経営者の姿勢・行動)の概念を援用し、地域公的機関の役割に関する仮説的分析視点を示すことの重要性を見出すに至った。

### 2. 研究の目的

上記の背景を踏まえ、研究代表者は以下の知見を見出していた。まず、経営者は地域公的機関と社会的ネットワークを構築、海外市場の情報を獲得し、海外市場参入の駆動力となる国際的企業家志向性を形成する(『国内中小製造業の国際化プロセスにおける国際的企業家志向性の形成と役割』『政策公庫論集』)。次に地域公的機関を「仲介者」とし、国際見本市に参加して、自社技術や製品の優位性を認識し、エフィカシ(自己有効感)を得る(『中小企業の国際化プロセスにおける国際的アントレプレナーシップ』『中小企業季報』)。その結果、経営者は自ら海外顧客を訪問、輸出市場志向性としての「顧客・市場情報の収集」に努め、海外市場参入に関するセレンディピティ(偶発的発見)を得たり、地域公的機関から人的資源を獲得し、「学習志向性」の高い組織を構築する(『中小製造業の国際化プロセスと国際的企業家志向性、輸出市場志向性、学習志向性：探索的検討と仮説提示』『ベンチャー・レビュー』)。また、製品・業種特性から、上記プロセスに差異が生じることも示された(『国内中小企業の海外市場参入プロセスにおける差別化された製品と専門家としての顧客』『東経大学会誌』)。これら一連の研究成果から、代表者は「中小企業、特に小規模企業の経営者がどのような意思決定を経て、海外市場参入を実現したのか」、「その過程で、地域公的機関からどのようにコミットメントを獲得し、どのような資源を得たのか」、これらの問いに「国際的アントレプレナーシップ」を分析視点とし、更なる解答することを目的とした。その際、業種特性および地域特性を踏まえ、定性面および大量面から多角的に検討する必要性も提示した。

なお、国際的アントレプレナーシップに関しては、海外アカデミアでは急速に研究蓄積が進んでいるものの、国内の研究蓄積は非常に少ない。特に日本の中小企業やスタートアップを対象にした研究は寡少である。そのため、上記の問いを設定し、そこに解答していくことは既存の中小企業経営論やベンチャー企業論に対する有用な貢献になると考えられる。

### 3. 研究の方法

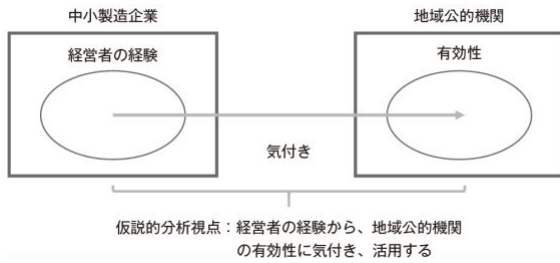
研究期間全般を通じて、製造業を中心とした中小企業の国際的アントレプレナーシップに関する文献調査を行った。ここでは、当初の国際的アントレプレナーシップ研究の諸理論だけでなく、ファミリービジネスに関する理論、また、従業員のアントレプレナーシップに関する理論も文献調査の対象にし、それらの理論の結節点を明らかにしていった。さらに平成27年度までに実施した研究成果に接続しながら、行政組織・地域公的機関により、中小企業に対するネットワーク形成と包括的な海外市場参入支援が行われている地域を選択し、探索的に聞き取り調査を実施していった。具体的には、当初の計画を状況に応じて修正し、東京都区部、東京都多摩地域、埼玉県、神奈川県、長野県諏訪地域、新潟県燕三条地域、静岡県、岐阜県、大阪府、滋賀県、京都府、広島県、岡山県といった地域の企業の経営者、自治体・公的機関の担当者に複数回のインタビュー調査を行った。そこで対象となった企業は既存企業だけでなく、スタートアップ企業も含まれている。加えて、当初計画を変更し、国際比較も視野に入れて、2017年3月には台湾企業の調査、2019年3月にはタイ企業の調査、2019年9月にはスウェーデン企業の調査を行った。調査対象となった企業は全て国際化した中小企業あるいはスタートアップ企業である。いずれの調査においても、当該企業の海外市場参入プロセスを明らかにすることを目的にし、事業の沿革と概要、海外市場参入の契機と現状、に関して、つながりを有する公的機関との関係や役割など、今後の課題と展望に関する聞き取りを行っている。また、幾つかの企業経営者に対しては、その後に複数回のインタビュー調査を実施し、海外市場参入プロセスの詳細を明らかにすることで、ケーススタディとしての深堀も行っている。また、2017年度からはマイクロデータを用いた中小企業の海外市場参入に関する研究も遂行した。

### 4. 研究成果

まず、具体的な研究成果は以下ようになる。論文や書籍に関しては、公刊の決定と発刊に時期的な差が生じる。そのため、年度はあくまで便宜的なものであることを付記する。平成25～27年度の科学研究費補助金・若手研究B「国内中小企業の海外市場参入プロセスにおける地域公的機関の戦略的役割」の成果と接続しつつ、平成28年度には、学術論文5本（査読付き論文2本/中小企業学会論集、企業家研究、依頼論文1本/商工金融）、依頼原稿5本（青淵、型技術、経済産業省報告書2本、機械と工具）を公刊した。また、国際学会2回（BAM/英国経営学会1回、ACSB1回）、国内学会5回（日本ベンチャー学会1回、日本中小企業学会3回、多国籍企業学会1回）、成果普及の講演3回（国会図書館1回、経済産業省1回、金型技術振興財団1回）で報告し、関連するシンポジウム（東京経済大学＝多摩信用金庫共同シンポジウム）を開催した。平成29年度は学術論文3本（査読付き論文1本/ベンチャー・レビュー）、依頼論文1本（政策金融公庫論集）、紀要1本（東京経大会誌）、DP1本（一橋大学経済研究所）を公刊した。また、国際学会にて5回の報告（ICSB、EAMSA2回、LCE2回）、国内学会で3回（企業家研究フォーラム、日本中小企業学会、アントレプレナーシップ・コンファレンス）、成果普及の講演3回（日本金型工業会国1回、企業2回）で報告した。さらに、平成30年度は依頼論文1本（素形材）、DP1本（一橋大学経済研究所）を公刊し、国際学会にて2回の報告（ICSB、ACSB）、国内学会で2回（企業家研究フォーラム全国大会、企業家研究フォーラム春季研究会）、成果普及の講演3回（東京都の中小企業振興を考える有識者会議、燕三条・「ものづくり革新会議」シンポジウム2018、東京経済大学・多摩信用金庫 共同 地域活性化シンポジウム）を行った。平成31年度・令和元年度は査読論文1本（日本中小企業学会論集）、紀要1本（経営学論集/東洋大学）、書籍分担執筆2章分（単著1本、共著1本）、国際学会報告1回（CINET）、国内学会4回（中小企業学会東部部会/全国大会、JICSB サマースタッフワークショップ、日本ベンチャー学会）を行った。合計すると、平成25～27年度の科学研究費補助金・若手研究Bとの接続分を踏まえ、平成28～令和含年度の科学研究費補助金・若手研究B「中小・小規模企業の国際的アントレプレナーシップと地域公的機関活用モデル」としては、査読付き論文4本、書籍1冊（共著：単著1章、共著1章の2章分）、依頼論文3本、紀要2本、DP2本、依頼原稿5本を上梓した。これ以外にも電子媒体での原稿執筆などを行っている。また、学会報告としては、国際学会報告12回、国内学会報告14回、成果普及の依頼講演9回、科研に直接・関節の関わりのシンポジウムの開催を2回行った。

次に、上記の研究成果の内容に関して、報告する。山本聡「食品関連企業の国際化プロセスと文化的障壁」（経営論集）では、中小企業の経営者が海外市場参入を企図した場合、参入障壁としての「よそ者の不利益（Liability of Foreignness）」あるいは「文化的障壁（Cultural Barrier）」に直面することになることを既存研究から整理している。その上で、中小企業は地域公的機関を活用することで、よそ者の不利益を乗り越え、海外市場参入を実現することになる。これらの知見を踏まえた上で、本研究ではまず中小企業経営者がどのように地域公的機関の有効性に気付くのかを分析していった。以下の図表1は山本聡「中小製造企業の海外市場参入プロセスにおける地域公的機関の有効性と気付き—新潟県燕三条地域における事例研究と探索的検討—」から転載したものである。ここでは、中小企業経営者のそれまでの国内市場での活動における「経験」が、海外市場参入に関する地域公的機関の有効性への気付きにつながっていることを示している。この場合の有効性とは、中小企業と海外市場を「橋渡し」する

図表 1.地域公的機関の有効性と中小企業経営者の気付き



出所：山本聡（2018）「中小製造企業の海外市場参入プロセスにおける 地域公的機関の有効性と気付き」『東京経済学会誌（経営学）』

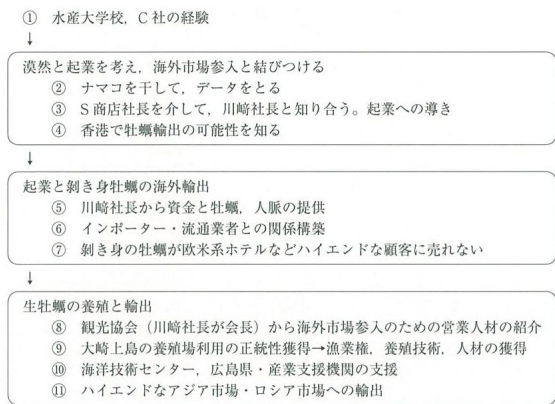
ことであり、具体的には海外市場情報の提供や海外見本市や海外商談会の参加に関する支援といったことを示す。また、中小企業経営者が海外市場参入を：どのように志向したのか、：どのように実現したのかに関してである。に関しては、山本聡「日本の中小製造企業とドイツ企業の取引に介在する内発的動機」(ベンチャー・レビュー)」では、中小企業の経営者がドイツ企業との取引を志向するにあたり、内発的動機が重要な鍵になっていることを示している。

に関しては、山本聡「国内中小製造業の国際化プロセスにおけるグローバル・マインドセットと企業行動の変化：金子製作所と野上技研の事例から」(商工金融)では、国際的アントレプレナーシップ研究から「グローバル・マインドセット」という概念を援用し、ケーススタディによる説明をしている。そこでは経営者のマインドセットが変化し、グローバル・マインドセットが現出することで、自社外に知識を求めようになり、産学連携などを進展させることが明らかになっている。加えて、山本聡「牡蠣養殖業におけるスタートアップ企業の海外市場参入と文化的障壁の克服：エフェクチュアル・ロジックによるケース研究」(企業家研究)では、「エフェクチュエーション」の分析枠組みから、牡蠣養殖に関するスタートアップ企業(広島県)の海外市場参入プロセスを描写している。そこでは起業家が起業から海外市場参入を実現するまでのエフェクチュアルな資源拡大サイクルの中で、大学や地域公的機関から資源を獲得していることが明らかになっている。この二つの研究成果からも、中小企業経営者あるいは起業家が海外市場参入を志向・実現する際に、自身の経験を踏まえた企業家的行動の中で、地域公的機関を活用し、海外市場参入を実現していることがわかる。加えて、中小企業経営者が海外市場参入を：どのように継続したのか、という問いに関しては、山本聡「中小製造企業におけるドイツ企業との強靱な取引関係の構築と顧客連結能力」(中小企業学会論集)において解答をしている。中小製造企業とドイツ企業との間に「強靱な取引関係」がどのように生じたかに関して、ドイツ企業からの要望に対する先駆的・能動的な対応をする必要がある。そこでは事例企業が産学連携により醸成したアカデミック・プロセスを基盤にした顧客連結能力が重要な役割を果たしているというものである。加えて、本研究を継続する中で、山本聡「中小製造業のM&Aと事業成長における企業家的情熱、使命感、やり抜く力」(政策公庫論集)では、企業家的情熱、使命感、やり抜く力といったアントレプレナーシップ研究と関連する概念が、起業家による中小製造企業のM&A(=外部組織の活用)の駆動力になっていることも示した。当該論文で対象になった中小製造企業は海外市場参入や海外展開している企業が多く、それらの概念が中小製造企業の海外市場参入プロセスに介在していることも示唆されている。

なお、本研究の後半部において、中小企業の海外市場参入プロセスを明らかにするためには、国際的アントレプレナーシップ研究の諸理論のみを援用するのでは限界があることを見出した。そのため、当初に想定していた国際的アントレプレナーシップ研究の諸理論に加え、ファミリービジネスや従業員のアントレプレナーシップに関する理論も研究対象としていった。山本聡「中小ファミリービジネスにおける境界連結者の役割とスピノフ企業の創出」(中小企業学会論集)では、中小ファミリービジネスのコーポレート・アントレプレナーシップにファミリービジネスの論理が介在することを指摘している。その上で、中小企業におけるファミリーの公的機関など外部組織との境界連結行動とその延長線上にあるスピノフ企業の創出を明らかにしている。また、当該スピノフ企業は海外市場参入を志向している。さらに、山本聡「ポートフォリオ・アントレプレナーの社会情緒的資産と海外市場参入」(書籍『ファミリーアントレプレナーシップ』第6章、中央経済社)では、岐阜県の製麺企業を分析対象にしている。当該企業のファミリーは海外留学などの国際経験を有していた。そして、留学後に起業、飲食業を所有・経営することで、食品業および製麺業に関する知識を拡充させた。その結果、出自である自社の社会情緒的資産を発見、評価し、その延長線上に事業承継を決断し、ポートフォリオ・アントレプレナーとなる。そして、自身の国際経験を踏まえて、SEWを増加させる手段として、地域公的機関を活用して、海外市場参入を選択する。その際に、起業家としての知識の移転も行っていることを示した。このように国際的アントレプレナーシップとファミリービジネスの論理を接続させることで、中小企業の海外市場参入プロセスとそこに介在する地域公的機関の活用の論理も明らかにすることができた。さらに、本研究ではアンケートやマイクロデータの活用による研究も行っている。前者に関しては、共著 Does Entrepreneurial Orientation Matter in Entrepreneurial Intention, Effectual Behavior, and Entrepreneurial Outcomes of



図表 2.牡蠣養殖企業におけるスタートアップ企業の資源拡大サイクル

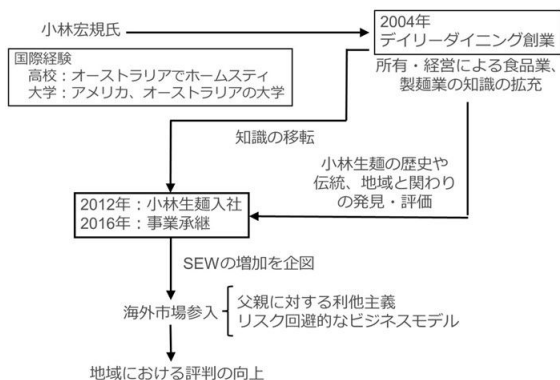


出所：山本聡(2017)「牡蠣養殖業におけるスタートアップ企業の海外市場参入と文化的障壁の克服：エフェクチュアル・ロジックによるケース研究」『企業家研究』より抜粋

Japanese SMEs?」などで刊行している。後者に関しては、国際学会で複数回の報告を行っている。

なお、本研究では中小企業の海外市場参入プロセスに関して、国際的アントレプレナーシップからの分析は一定程度の成果を挙げたと考える。しかし、実際は必ずしも中小企業経営者だけでなく、非経営者のファミリーや従業員が海外市場参入の立役者になっていることも多い。そのため、上述したように、ファミリービジネスの理論からの解明、従業員のアントレプレナーシップからの解明は残された課題になっている。また、および に関しては、中小企業だけでなく、大企業も研究対象とする必要が出てくる。これらの残された課題に関しては、科学研究費補助金・基盤C「中小企業の海外市場参入プロセスにおける従業員の企業家行動の促進・阻害要因と自律性」で研究を遂行している。

図表 3.起業家・中小企業経営者による社会情緒的資産の発見・評価と海外市場参入



出所：山本聡(2020)「第6章 ポートフォリオ・アントレプレナーの社会情緒的資産と海外市場参入」山田幸三編著『ファミリーアントレプレナーシップ』中央経済社

## 5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計19件（うち査読付論文 6件 / うち国際共著 1件 / うちオープンアクセス 7件）

1. 著者名 山本聡	4. 巻 39
2. 論文標題 中小ファミリービジネスにおける境界連結者の役割とスピンオフ企業の創出	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 中小企業学会論集	6. 最初と最後の頁 -
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 -
1. 著者名 山本聡	4. 巻 95
2. 論文標題 食品関連企業の国際化プロセスと文化的障壁	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 経営論集	6. 最初と最後の頁 39-50
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 -
1. 著者名 山本聡	4. 巻 Vol. 60, No. 6
2. 論文標題 タイ製造業の現状と ローカル・日系金型企業の成長	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 素形材	6. 最初と最後の頁 53-57
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 -
1. 著者名 Yamamoto, S., Kan, V. and Bartnik R	4. 巻 DP668
2. 論文標題 Going Abroad to Innovate? The Role of Entrepreneurial Orientation in Foreign Business Expansion for Japanese Small and Medium-Sized Manufacturers	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 一橋大学経済研究所 Discussion Paper Series	6. 最初と最後の頁 -
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 オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 該当する

1. 著者名 Yamamoto, S., Kan, V.	4. 巻 DP671
2. 論文標題 Does Entrepreneurial Orientation Matter in Entrepreneurial Intention, Effectual Behavior, and Entrepreneurial Outcomes of Japanese SMEs?	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 一橋大学経済研究所 Discussion Paper Series	6. 最初と最後の頁 -
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 オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 山本聡	4. 巻 39
2. 論文標題 中小製造業のM&Aと事業成長における企業家的情熱、使命感、やり抜く力	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 日本政策金融公庫論集	6. 最初と最後の頁 51-65
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 山本聡	4. 巻 31
2. 論文標題 日本の中小製造企業とドイツ企業の取引に介在する内発的動機	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 Venture Review	6. 最初と最後の頁 69-73
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 山本聡	4. 巻 298
2. 論文標題 中小製造企業の海外市場参入プロセスにおける地域公的機関の有効性と気付き : 新潟県燕三条地域における事例研究と探索的検討	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 東京経大会誌 (経営学)	6. 最初と最後の頁 58-70
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 -

1. 著者名 山本聡	4. 巻 137
2. 論文標題 海外進出を志向する中小企業へ 企業ぐるみで学習能力を磨けば"夢"に近づける	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 理念と経営	6. 最初と最後の頁 64-67
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 -

1. 著者名 山本聡	4. 巻 36
2. 論文標題 中小製造企業におけるドイツ企業との強靱な取引関係の構築と顧客連結能力	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 日本中小企業学会論集	6. 最初と最後の頁 96-108
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 山本聡	4. 巻 14
2. 論文標題 牡蠣養殖業におけるスタートアップ企業の海外市場参入と文化的障壁の克服	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 企業家研究	6. 最初と最後の頁 51-68
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 山本聡	4. 巻 67(2)
2. 論文標題 国内中小製造業の国際化プロセスにおけるグローバル・マインドセットと企業行動の変化：金子製作所と野上技研の事例から	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 商工金融	6. 最初と最後の頁 4-19
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 -



1. 著者名 山本聡	4. 巻 15
2. 論文標題 中小企業の海外市場参入プロセスにおける公的機関の役割とソーシャル・キャピタル	5. 発行年 2016年
3. 雑誌名 日本経営診断学会論集	6. 最初と最後の頁 99-105
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) <a href="http://doi.org/10.11287/jmda.15.99">http://doi.org/10.11287/jmda.15.99</a>	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 山本聡, 名取隆	4. 巻 15
2. 論文標題 伝統工芸品企業の海外市場参入プロセスに関する探索的研究	5. 発行年 2016年
3. 雑誌名 日本経営診断学会論集	6. 最初と最後の頁 119-124
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) <a href="http://doi.org/10.11287/jmda.15.119">http://doi.org/10.11287/jmda.15.119</a>	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 山本聡	4. 巻 -
2. 論文標題 中小素形材企業の稼ぐ力と経営者のマインドセット ~ AeroEdge を事例にしながら ~	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 経済産業省 素形材産業を含めた製造基盤技術を活かした「稼ぐ力」研究会 報告書	6. 最初と最後の頁 16-22
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 オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 山本聡	4. 巻 -
2. 論文標題 中小素形材企業の稼ぐ力と境界連結者としての経営者 ~ 小松精機工作所/ナノ・グレインズを事例にしながら ~	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 経済産業省 素形材産業を含めた製造基盤技術を活かした「稼ぐ力」研究会 報告書	6. 最初と最後の頁 23-30
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 オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 山本聡	4. 巻 2017年6月号
2. 論文標題 ドイツ・オーストリアの金型関連企業の経営と国際競争力	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 型技術	6. 最初と最後の頁 74-77
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 -

1. 著者名 山本聡	4. 巻 810
2. 論文標題 東西南北 Small is Beautiful : ドイツ、オーストリア、台湾の中小企業と経営	5. 発行年 2016年
3. 雑誌名 青淵	6. 最初と最後の頁 26-28
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 -

1. 著者名 山本 聡	4. 巻 6(4)
2. 論文標題 日本と欧州の金型企業の現状と経営戦略	5. 発行年 2016年
3. 雑誌名 機械と工具	6. 最初と最後の頁 10-13
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30件 (うち招待講演 6件 / うち国際学会 9件)

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 外食企業の海外市場参入プロセスにおける信念の変化と適応
3. 学会等名 日本ベンチャー学会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 中小ファミリービジネスにおける境界連結者の役割と起業プロセス
3. 学会等名 日本中小企業学会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Giaccone, Magnusson, Taji, Yamamoto
2. 発表標題 Entrepreneurial Orientation and Innovation Performance: On the Role of Organizational Climate
3. 学会等名 CINET2019
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 製茶企業の海外市場参入プロセスにおける empathic な関係構築
3. 学会等名 JICSB サマーワークショップ
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 中小ファミリービジネスにおける境界連結者の役割と起業プロセス
3. 学会等名 日本中小企業学会 東部部会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 製茶企業の海外市場参入プロセスにおける生産農家との > 企業家的関係構築
3. 学会等名 企業家研究フォーラム春季研究会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Yamamoto,S.,Kan,V.,Suzuki,M and Eshima,Y
2. 発表標題 What Makes Born Global Companies So Special? The Case of Japan
3. 学会等名 ACSB2018 (国際学会)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 中小食品企業の国際化プロセスにおける社会的情緒資産の役割
3. 学会等名 企業家研究フォーラム
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 中小企業の海外販路開拓と経営者の情熱
3. 学会等名 東京経済大学・多摩信用金庫 共同 地域活性化シンポジウム (招待講演)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 中小企業の企業家精神と公的機関活用
3. 学会等名 「ものづくり革新会議」シンポジウム 2018 (招待講演)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 中小企業の海外販路開拓と経営者の情熱
3. 学会等名 東京都の中小企業振興を考える有識者会議 (招待講演)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Yamamoto,S.et al
2. 発表標題 What Is Special about Born Globals in Japan? An Analysis of Japanese Born Global Companies Management.
3. 学会等名 ICSB 2018 (国際学会)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 中小食品企業の国際化プロセスにおける社会的情緒資産の役割
3. 学会等名 企業家研究フォーラム 2018年度 全国大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 ボーン・グローバル企業の発生要因と経営パフォーマンス
3. 学会等名 第七回アントレプレナーシップ・コンファレンス
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 世界の中小企業研究者はどのような研究をしているのか
3. 学会等名 日本中小企業学会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Yamamoto,S., Kan,V. and Roman,B
2. 発表標題 The role of international entrepreneurial orientation for Japanese manufacturing SMEs
3. 学会等名 Leuphana Conference on Entrepreneurship 2018 (国際学会)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Yamamoto,S. and Kan,V
2. 発表標題 What Is Special About Born Globals In Japan? An Analysis Of Born Global Companies Performance Using TSR Data.
3. 学会等名 Leuphana Conference on Entrepreneurship 2018 (国際学会)
4. 発表年 2018年



1. 発表者名 Yamamoto,S., Kan,V. and Roman,B
2. 発表標題 Going abroad to innovate? Exploring the role of entrepreneurial orientation and customer driven innovation to motivate foreign business expansion for Japanese toolmakers
3. 学会等名 EAMSA 2017 (国際学会)
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 Roman,B. and Yamamoto,S.
2. 発表標題 Lean toolmaking? Exploring the structural origins of substantial leadtime differences between automotive toolmakers in Japan and Germany
3. 学会等名 EAMSA 2017 (国際学会)
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 Yamamoto,S. and Kan,V.
2. 発表標題 Does Entrepreneurial Orientation Matter in Entrepreneurial Intention, Effectual Behavior and Entrepreneurial Outcomes of Japanese SMEs?
3. 学会等名 ICSB 2017 World Conference- Argentina (国際学会)
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 国内中小製造業におけるグローバル・マインドセットと革新性、自律性
3. 学会等名 企業家研究フォーラム 2017年年次大会
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 中小製造業の国際化プロセスと経営者の思考様式（マインドセット）
3. 学会等名 日本中小企業学会東部部会国際ワークショップ（招待講演）
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 山本聡、小松隆史
2. 発表標題 国内中小製造業の新市場参入プロセスにおける境界連結者の役割と変化
3. 学会等名 日本ベンチャー学会2016年度全国大会
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 ドイツと日本の素形材企業 の比較と経営者の姿 ～「稼ぐ力」をどのように生み出すか？～
3. 学会等名 経済産業省 素形材産業を含めた製造基盤技術を活かした「稼ぐ力」研究会（招待講演）
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 Yamamoto, S and Oe, H.
2. 発表標題 Does Autonomy Matter in the Japanese System?: An Exploratory Study of International Entrepreneurial Orientation of Japanese Small Medium Sized Parts Suppliers?
3. 学会等名 ACSB Conference 2016, Jakarta, Indonesia (国際学会)
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 中小製造業の国際化プロセスにおけるドイツ企業との取引がもたらした変化
3. 学会等名 日本中小企業学会
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 Yamamoto,S, Oe,H. and Hang,D,
2. 発表標題 An Exploratory Study on the Impact of Entrepreneurial Orientation on Japanese SMEs Internationalization Behaviours
3. 学会等名 British Academy of Management (国際学会)
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 国内中小企業の海外展開と経営者
3. 学会等名 国会図書館 講演会 (招待講演)
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 中小製造業の国際化プロセスにおける企業家的意志の形成
3. 学会等名 多国籍企業学会
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 山本聡
2. 発表標題 中小製造業の国際化プロセスにおけるドイツ企業との取引がもたらした変化
3. 学会等名 日本中小企業学会東部部会
4. 発表年 2016年

〔図書〕 計1件

1. 著者名 山田幸三、尹 大栄、山本聡、落合康裕、戸前壽夫	4. 発行年 2020年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 212
3. 書名 ファミリーアントレプレナーシップ	

〔産業財産権〕

〔その他〕

山本聡の研究室・科研費成果発信頁 <a href="https://sites.google.com/a/tku.ac.jp/yamamosatoshi/smesinternationalization">https://sites.google.com/a/tku.ac.jp/yamamosatoshi/smesinternationalization</a>
---

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