

令和 5 年 4 月 7 日現在

機関番号：24405

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2020～2022

課題番号：20K01825

研究課題名（和文）中小企業におけるストーリーテリングの実践と支援に関する研究

研究課題名（英文）Storytelling Practice and Support in Small and Medium-sized Enterprises

研究代表者

本多 哲夫（Honda, Tetsuo）

大阪公立大学・大学院経営学研究科・教授

研究者番号：50336799

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 1,300,000円

研究成果の概要（和文）：本研究では中小企業のストーリーテリングについて調査分析し、その実践的課題を探った。効果的なストーリーテリングに必要な要素は複数存在するが、そのなかでも「具体的なエピソード」や「個人的な体験」がキーであることがわかった。中小企業はこうした要素を十分に活用することで大企業以上に効果的なストーリーテリングをおこなえる可能性がある。

研究成果の学術的意義や社会的意義

ストーリーテリング（物語として語る）という手法は近年多くの学術分野で注目され、企業経営に関する研究分野でも関心が高まっている。しかし、その実践的課題についての研究は不十分な状況にあり、とくに中小企業を対象とする研究はほぼ皆無である。大企業に比べてイメージや認知度で劣位にあるといわれている中小企業において、自社をどのように語っていくのか、いかにして自社に興味や関心を持ってもらうのかは切実な課題である。このため、中小企業におけるストーリーテリングの実践的課題を調査分析した本研究の成果は、既存研究の不足を補うという学術的意義があるとともに、中小企業の活性化に寄与するという社会的意義があるといえる。

研究成果の概要（英文）：This study analyzed storytelling in small and medium-sized enterprises (SMEs) and explored its practical challenges. Among the multiple elements necessary for effective storytelling, "specific episodes" and "personal experiences" were found to be key. By fully utilizing these elements, SMEs may be able to do more effective storytelling than large enterprises.

研究分野：中小企業論

キーワード：ストーリーテリング ナラティブ 物語 中小企業

1. 研究開始当初の背景

企業経営や組織に関する研究分野においてストーリーテリングに関する研究が積極的に進められている。ストーリーテリングが経営において重要な手法となることを指摘する研究が増えているが、その実践的課題についての研究は不十分な状況にある。とくに、中小企業におけるストーリーテリングに関する研究はほぼ皆無である。中小企業は経営資源、組織特性、存立条件などにおいて大企業とは異なる状況にあり、独自のストーリーテリングの活用の仕方が存在している可能性がある。また、採用難、後継者不足、販路開拓難の深刻化といった中小企業問題の現状を鑑みるに、それらの問題を緩和させると考えられているストーリーテリングの実践とその支援は中小企業にとって切実な課題といえる。

2. 研究の目的

本研究は中小企業におけるストーリーテリングの効果や実践上の課題、さらにその支援のあり方を探ることを目的としている。

ストーリーテリングには、規範や価値を共有する、信頼やコミットメントを向上させる、暗黙知を共有する、既成の見方を変える、感情的なつながりを生み出すなどの効果があることが先行研究で示されている。また、先行研究ではこれらの効果を説明する際にストーリーテリングが「感情」面に刺激を及ぼす点が強調されている。論者に共通していたのは、ストーリーテリングの聞き手に対する「理性面・行動面」の効果として、気づきや学び、理解、信頼、イメージ転換や価値観の変化、主体性の向上やコミュニケーションの促進などの行動変容があると考えられていることであり、また、これらが、ストーリーテリングによる聞き手の興味・関心、共感、同情、感銘・感動、納得といった「感情面」の効果の創出によって誘発されると理解されていることである。

しかし、先行研究では「ストーリーテリング」と「聞き手の感情面への変化」が直結するという前提で議論されていることに課題がある。どんなストーリーテリングであっても必ず効果が生まれるというわけではないし、ストーリーテリングがどのように行われるかによって効果に大小があると考えられる。したがって、どのようなストーリーテリングであれば効果が大きいのかを分析する必要がある。本研究では、中小企業のストーリーテリングの実例を調査分析することで、効果の高いストーリーテリングにどのような要素や構造があるのかを探り、今後の中小企業のストーリーテリングの実践的課題と政策的課題を検討した。

3. 研究の方法

研究の方法としては、文献調査、インタビュー調査、ケーススタディ、アクションリサーチを採用した。文献調査については、研究期間全体において中小企業のストーリーテリングの実践を分析するにあたっての理論的な枠組みや知見が必要であることから、関連する論文や書籍等の文献を収集、レビューし、理論的な整理をおこなった。また、インタビュー調査については、複数の中小企業への調査を実施するとともに、中小企業のストーリーテリングの実践事例を分析した。ただし、本研究の申請時(2019年10月)には想定していなかった新型コロナウイルスの流行が本研究の初年度(2020年度)から発生したことによって、研究期間全体でかなり限定した形でインタビュー調査を実施せざるを得なかった。申請者が日頃、大学での教育研究活動でつながりのある地元の中小企業の協力を得ながら、オンラインベースでのインタビューを実施するなど、可能な範囲で調査をおこなった。ケーススタディについても、当初想定していた中小企業のストーリーテリングのケースがコロナ禍に伴う活動自粛によって取り扱うことが難しくなったため、コロナ禍よりも前に把握できていたケースをもとに分析をおこなうという軌道修正を図った。

アクションリサーチについては、具体的には、申請者による中小企業のストーリー化の実践であり、申請者自らが中小企業をテーマとした演劇脚本を執筆し、大学の学生劇団の協力を得て、中小企業の演劇を上演するという取り組みを実施した。この手法により、ストーリー創出過程や物語化の過程を自らの体験として考察することができた。

4. 研究成果

ストーリーテリングに関する先行研究で共通して想定されているストーリーテリングの効果についての構造は、図1のような構造として整理することができる。すなわち、ストーリーを語ることによって、何かしらの感情面への刺激をもたらし、それが聞き手の主体性や能動性を高め、深い理解や気づきにつながり、聞き手側のポジティブな行動を誘発することができるという流れが発生すると考えられている。しかし、先行研究では「ストーリーテリング」と「聞き手の感情面への変化」が直結するという前提で議論されていることが課題であり、図1で示している矢印の部分、つまり、どのような要素と過程がここにあるのかが明らかにされていなかった。

本研究ではこうした問題意識から調査・分析をおこなった結果、効果的なストーリーテリング(聞き手の関心や理解を高めていたストーリーテリング)を実施していた中小企業のストーリ

ーテリングには図2のような要素と過程が存在していることがわかった。すなわち、語りの中に具体的なエピソードがある、そのエピソードが語り手(本研究では中小企業経営者)による体験をもとにした話になっている、展開のあるまとまった1つの物語として語られている、聞き手にとって意外な展開がエピソードの中で起きている、エピソードがその企業の特徴や理念を象徴する物語となっているという要素がみられた。また、語りの方(ストーリーテリングの側面)においては、感情豊かな話し方、エピソードに登場する人物を演じながらの語り、表情、声、身振り手振りでの喜怒哀楽の表現がみられた。ある種の演劇性が重要な要素であった。

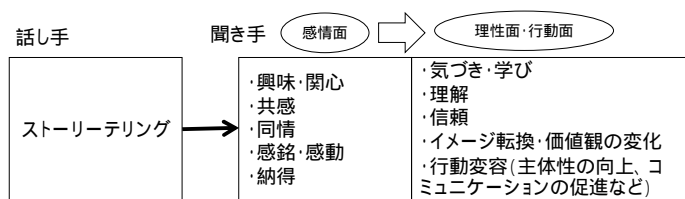
そして聞き手は、物語の先を知りたくなることによって話に引き込まれる、疑似体験による感情移入が起きる、共通体験を得たことによる心理的な距離が縮まる、追体験によりその企業(あるいは経営者や社員)が置かれている状況を実感的に把握する、臨場感が感じるといったプロセスを経ることで、興味・関心といった「感情面」への効果が生じていた。

以上のように、先行研究では必ずしも示されてこなかった、ストーリーテリングがどのようにして聞き手の感情面に作用しているのかという側面を明らかにすることができた。どのようなストーリーテリングが有効であるのかの一端を示すものであり、ここに示されている要素と構造を取り入れることで、有効なストーリーテリングにつながる可能性がある。

とくに、上記の分析の結果、ストーリーテリングにおいて「体験」が1つの大きなポイントになっていたことが注目される。ストーリーテリングを通して聞き手が疑似体験、共通体験、追体験をすることで感情への大きな刺激がもたらされていた。その際、語り手(本研究では経営者)の「個人的体験」が重要な鍵となっていた。個人的体験を語るからこそ、感情と実感を込めて語ることができ、臨場感や迫真性を高め、聞き手の胸を打っていた。組織規模が小規模な中小企業の場合は、一人一人の成員の存在感が大きく、個人と企業が重なりやすい。とりわけ、経営者の場合は、「経営者=企業」とみなされることが多い。したがって、中小企業のストーリーテリングは「個人としての体験=企業としての体験」となりやすい。中小企業、とりわけ中小企業経営者が個人的体験をもとにストーリーテリングを行っていくことは、大企業以上に効果が大きいと考えられ、うまく活用できれば、大企業にはない、強力な武器になりえる可能性がある。

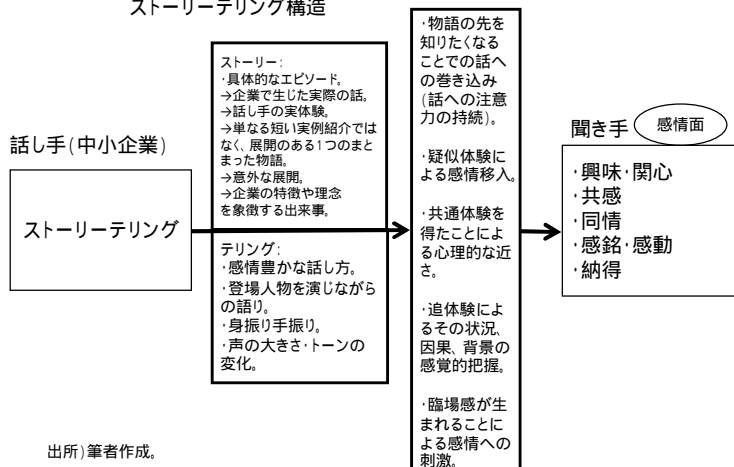
また、中小企業のストーリーテリングの支援の課題としては、上記の要素と過程に注目していくことが重要であるが、とりわけ、エピソードの発掘と発表のサポートの重要性が高いことが、上述の調査分析からわかった。中小企業のストーリーテリングの実践においてエピソードの語り为中心的な役割を果たしており、これが中小企業のストーリーテリングにおける重要な要素といえる。当事者からすると大しておもしろくない、平凡だと考える話でも、第三者から見れば興味深いエピソードであることは多い。その発掘に支援機関が貢献できる余地は大きい。支援機関が従来から手掛けている「中小企業紹介」的な活動ではなく、中小企業の経営者や従業員がそのエピソードを自ら物語として語っていくこと、そして、その語りの促進を、エピソード発掘、話の構成の仕方、語り方の指南も含めて、支援機関等がサポートしていくことが重要な課題である。

図1 ストーリーテリングの効果についての構造



出所) 筆者作成。

図2 効果的なストーリーテリングを実施していた中小企業のストーリーテリング構造



出所) 筆者作成。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計2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 2件）

1. 著者名 本多哲夫	4. 巻 第72巻第2号
2. 論文標題 中小企業におけるストーリーテリング	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 経営研究	6. 最初と最後の頁 11～35
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.24544/ocu.20210910-007	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 本多哲夫	4. 巻 (2022年度版)
2. 論文標題 中小企業のストーリーテリングの実践と支援に向けて	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 公益社団法人中小企業研究センター年報	6. 最初と最後の頁 21～29
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 -

〔学会発表〕 計1件（うち招待講演 0件/うち国際学会 0件）

1. 発表者名 本多哲夫
2. 発表標題 中小企業におけるストーリーテリング
3. 学会等名 日本経営学会関西西部会第657回例会
4. 発表年 2021年

〔図書〕 計1件

1. 著者名 関智宏・高橋美樹・池田潔・藤川健・本多哲夫・太田一樹・文能照之・弘中史子・岡田浩一・堀潔・梅村仁	4. 発行年 2022年
2. 出版社 同友館	5. 総ページ数 262
3. 書名 中小企業研究の新天地 中小企業の理論・経営・政策の有機的展開	

〔産業財産権〕

〔その他〕

中小企業をテーマとしたWebラジオドラマ「公務ing my way!」「テーマパーク」「まちこうばのオヤジ」の脚本執筆と制作（2020年）
<https://www.omu.ac.jp/bus/edutainmentsu/kako/erp/index.html>

中小企業をテーマとした演劇「中小企業SD白書」の脚本執筆と制作（2021年）
<https://www.omu.ac.jp/bus/edutainmentsu/kako/chusyo/index.html>

中小企業をテーマとした演劇「踊る中小捜査線」の脚本執筆と制作（2022年）
<https://www.omu.ac.jp/bus/edutainmentsu/kako/odoru/index.html>

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
---------	---------