

国際公共経済学会第12回春季大会 @武蔵野大学

シンポジウム「アントレプレナーシップにアカデミアは貢献できるか？」

2024/03/16（土）14:10-16:30

アントレpreneuriship教育と アントrepreneurship研究の距離

國學院大學經濟學部

尾田 基

odahajime.jp

詳しくなることと身につけること

- ▶ アントレプレナーシップを研究し知見を得て、それを教授することと、学生のアントレプレナーシップを醸成すること、両者の違い、距離感について
- ▶ アントレプレナーシップ研究と、研究に基づく知識の伝授
 - ▶ アントレプレナーシップ研究に詳しくなると、アントレプレナーシップとその周辺の諸変数の挙動について詳しくなる
 - ▶ アントレプレナーシップの定義上の問題
 - ▶ アントレプレナーシップの測定方法の問題
 - ▶ アントレプレナーシップと他の変数との関係、例えば経済的成果

詳しくなることと身につけること

- ▶ 定義の一例：アントレプレナーシップとは「現在コントロールしている経営資源にとらわれることなく、新しいビジネス機会を追求する程度」（清水、2022）
 - ▶ 清水洋（2022）『アントレプレナーシップ』有斐閣。
- ▶ 詳しくなったからといって、身につくとは限らない
 - ▶ アントレプレナーシップ研究をしている研究者自身のアントレプレナーシップが高いとは限らない
 - ▶ アントレプレナーシップ研究に基づく知見を学習した学生のアントレプレナーシップが高まるとも限らない

アントレプレナーシップに詳しくなる ①定義の問題

- ▶ イノベーターとアントレプレナーはどう異なるか。
- ▶ シュンペーターによるアントレプレナーと管理者や銀行家との区別
- ▶ アントレプレナーをイノベーションの実現段階で定義してしまうと同語反復になる→ イノベーションよりも手前の挑戦段階を捉える概念としてのアントレプレナーシップ

- ▶ アントレプレナーシップは精神の問題か。
- ▶ 近年の研究は、アントレプレナーシップを（他者から観察できない）精神というよりも、（他者から観察できる）**行動特性**として捉えることで研究の蓄積と進展が進むようになった

②アントレプレナーシップの測定に関する問題

▶ 行動の測定

- ▶ (起業) 開業した個人事業主の数による測定、法人の設立数による測定
- ▶ コーポレート・アントレプレナーシップは測れない
- ▶ 既存ビジネスの起業を含めてしまう
- ▶ 売上成長や収益性のボラティリティによる測定
- ▶ 外部環境変化に依存、既存ビジネスを含めてしまう

▶ 意図や態度の測定

- ▶ 新しいビジネス機会の追求に対する態度や、リスクへの選好、あるいは自己効力感などの心理的特性などを調査
- ▶ 意図はある/意図すらないの区別が可能
- ▶ 態度のあとの行動は測定していない
- ▶ 質問紙調査など
- ▶ ユーロバロメーター(Euro barometer)での企業家の調査
- ▶ グローバル・アントレプレナーシップ・モニター(Global Entrepreneurship Monitor)

③新規事業機会の追求とリターンとの関係

- ▶ 起業した場合の経済的な報酬はマイナス、あるいはマイナスになっていなかったとしても、起業しない場合と比べると低いことが観察されてきた（Brock et al., 1986 ; Rees and Shah, 1986 ; Borjas and Bronars, 1989）。
- ▶ 自らビジネスを始めた人たちの多くは、
- ▶ ①初期の収入が低く、その後の収入の成長は、従業員として働く人たちよりも平均的に高いこと、
- ▶ ②所得の大きさは平均的には、従業員として働く人と比べて高くはない
- ▶ → (A) 測定方法の問題、(B) 経済的報酬以外の報酬の存在

③新規事業機会の追求とリターンとの関係

- ▶ 大学での研究との関連性の高い領域で起業している場合には、そうでない場合と比べると平均的に所得が高くなっている（Braguinsky et al., 2012）。
- ▶ 測定の精度を上げた研究。高度な専門による目利きの効果
- ▶ 未公開株へのリターンは、公開株式へのリターンよりも高くなく、ほぼ同程度。リスクを考慮に入れると、既存企業に投資したほうがよさそう。（Moskowitz and Vissing-Jørgensen, 2002）
- ▶ プライベート・エクイティ・プレミアム・パズル（Private Equity Premium Puzzle）：リスクが大きく、リターンがそれほど高くないにもかかわらず、自分の資産の大部分を1社の未公開株式（ほとんどは自分の会社）に投資をしているという現象

④アントレプレナーシップと周辺環境

- ▶ アントレプレナーシップと経済状況：U字型の関係
- ▶ 保護者の創業経験：はっきりしない（良い影響、悪い影響両方）
- ▶ エスニックグループ、移民：社会ネットワーク的な影響
- ▶ 田路則子・藤村まこと・玉井由樹（2023）「大学生の起業意思形成モデルの検証」『組織科学』56(4)、81-94。
 - ▶ 起業への態度と自己効力感が起業意思に影響、直接効果と交互作用効果の両方
 - ▶ 企業家教育、起業を後押しする大学の環境もプラスに働く

詳しくなることに意味はあるか？

- ▶ アントレプレナーシップについての正確な理解は、一見すると逆効果な知識だったり遠回りだったりする
- ▶ 私見①アントレプレナーシップを醸成するにしても、嘘を言ってだましても仕方ない
 - ▶ 特に、教員は知っているべき
- ▶ 私見②社会全般がどのようにアントレプレナーシップと向き合っていくかを考えるために、遠回りでも正確な知識の蓄積は重要
 - ▶ 皆がアントレプレナーシップを好きではないという現実。共感の外側の社会
- ▶ 私見③これらの知識伝授の優先度が高いとも思えない
 - ▶ 学生の自己効力感を高め、起業に対して支持的な関係を築くことの方が重要

アントレプレナーシップ教育を行う大学の例

- ▶ 全学単位でのアントレプレナーシップ教育機関
 - ▶ iU（情報経営イノベーション専門職大学）
- ▶ 学部・研究科単位でのアントレプレナーシップ教育機関
 - ▶ 武蔵野大学アントレプレナーシップ学部
 - ▶ （武蔵野大学は経営学部と経済学部が別途存在）
- ▶ 科目単位での教育（←実際にいろいろな立場が混在）
 - ▶ アントレプレナーシップ科目を担当する教員が学部や研究科に1人配置されている場合
 - ▶ 経営系学部に設置される場合、工学やライフサイエンス系統の大学院に設置される場合
 - ▶ 経営学者が行う場合、実務家教員が行う場合
 - ▶ 産学連携、大学発ベンチャー等の学内事業要員

社会からの要求もまた、 アントレプレナーシップの皮をかぶった何かになりうる

- ▶ 事実上「既存ビジネスの創業」や「中小企業」関連のトピックになる問題
 - ▶ 既存の事業機会の追求（≠ これまでにないビジネス機会（企業家の機会）の追求）
- ▶ ステイクホルダーの各種ニーズのズレ
 - ▶ 教育としてのニーズ：既存のビジネス機会の追求の方が教育投資として有望な可能性も
 - ▶ 地域のニーズ：地域の課題をなんとかしてほしい（事業承継、地域振興）。新規性の高い事業機会の開拓が本当に必要か？
 - ▶ 大学制度上の要求：科目担当制の大学教育の場合、新規科目はなんらかの旧科目の置き換えとして登場。中小企業論などの置き換え
 - ▶ 小規模な役所的な性質を持つ大学組織（合議制、文書主義、前例主義…）
 - ▶ 学生規模に比して職員数では数百人レベルの「小規模企業」