

スモールビジネス起業家の心理特性に関する研究

星 田 昌 紀

1. 研究の目的

本研究では、スモールビジネス起業家の心理特性を要因別に抽出し、起業家に特有の要因を選別する。起業家と従業員の心理特性の相違点について要因別に分析を行い、本質的な相違点となる要因の考察を行う。結果として、現在従業員で起業準備を行う人々にとって、参考となる知見を提供する。

2. 研究の背景

2.1. 起業家の心理特性に関する先行研究

ピンク (2002) によれば、アメリカにおけるフリーエージェント社会は、1970年代に本格化を始めた。フリーエージェントとは、特定の会社と雇用関係を持たずに働いている人達の総称として、ダニエル・ピンクが定義した呼称である。橘 (2009) では、日本でもアメリカと類似のフリーエージェント化が始まっていることを、指摘している。ただし、日本のフリーエージェント人口は、2009年時点でアメリカの1/10未満に過ぎず、今後さらに大量な従業員のフリーエージェント化が予測されている。

フリーエージェントは、ピンク (2002) において、雇用されることなく労働するものと定義されているゆえ、フリーエージェントの主たる形態は、スモールビジネス起業家となる。しかし、総務省統計局による労働力調査 (2014) によれば、起業家養成に備える機会は、現在の日本社会において、不足していると推定せざるを得ない。

つまり、現在の日本の労働環境においては、雇用を増加させること、なかでも正規従業員化させることが、社会にとっても、個人にとっても最重要課題となっており、起業家養成機会を充実させる手段については、極めて個人的な起業スクールなどに限定されている。もし、従業員に起業家になるための準備機会が適切に与えられれば、上記統計において、従業員から起業家に転身する人材増加の可能性が生じる。

本研究では、社会背景を念頭に置きながら、起業家の心理特性について分析と考察を行う。その際の起業家心理特性の要因は、「スキル」「知識」と「あり方」「価値観」に大別される。本研究では、後者の「あり方」「価値観」の重要性について重点的に考察する。なぜなら、スタンリー (1997) および本田 (2004) によれば、起業家心理特性の要因の中でも、「あり方」「価値観」の重要性が示唆されているからである。また、浜口 (2013) によれば、起業の成功にはある型 (パターン) が存在し、必要不可欠なパターンが12の要素にまとめられているが、筆頭の要素はミッション、つまり起業の使命という心理特性上の「あり方」「価値観」に関す

る要因である。

つまり、起業において、起業家自らの心理特性に、成功不成功を決定する要因が内在している可能性が高い。本研究では、上記の理由により、関連する複数の文献から「起業家に特有の心理特性に関する要因の候補」を抽出する。その際、起業家の心理特性を、より判別性の高い要因の群として抽出するために、比較対象として、企業に勤務する従業員に対して同一要因の調査を行う。

本研究の目的の1つは、「起業家」と「従業員」の心理特性の相違性について考察することである。その理由は、日本社会においては、最初の職業形態として、「起業家」を選択する人より、「従業員」を選択する人の割合が多いこと。また、「従業員」経験を経た後に、「起業家」となる場合が一般的であること。さらに、「従業員」から「起業家」に転身することが容易ではないことである。これら3つの理由により、本研究では「起業家」に特有の心理特性を考察する上で、「従業員」を「起業家」と対照を成す存在として扱うことにする。

本研究を行うにあたって、起業家の持つ心理特性が、なぜそれほど重要なのかを、まず日本の労働環境の観点から、以下に検討する。

2.2. 日本の労働環境変化と自殺率 ～ 1997年 アジア通貨危機前後において

アジア通貨危機とは、1997年7月、タイのバツ暴落を中心に始まった、アジア各国の急激な通貨下落現象である。不動産バブルが崩壊したタイでは失業者が急増し、韓国では財閥の一部が解体され、インドネシアでは食料価格の高騰が暴動を招いた。本通貨危機は日本にも影響を及ぼし、11月には三陽証券、北海道拓殖銀行、山一証券が経営破綻した。翌1998年8月、ロシアが債務不履行に陥り、世界の金融市場は再び大混乱を起こした。これが収まりかけていた日本の金融不安を再燃させ、日本長期信用銀行と日本債権信用銀行が破綻した。

橘(2009)によれば、日本の失業率は、それまでの3%台前半から4%台に急上昇した。人類史上初めての規模で起きたアジア通貨危機というグローバル経済危機が起きた翌年、内閣府 自殺対策白書(2010)によれば、日本の自殺者数は前年の24391人から32863人へと約35%急増し、初の3万人台を記録した。その後、1998年から2011年までの14年間、日本の自殺者数が3万人を下回る年は無かった。2012年から2014年まで日本の自殺者数は微減したものの、今なお年間25000人を越える自殺者数が継続している。

1年間の日本の交通事故死亡者数が約5000人に満たないため、自殺者数は交通事故死亡者数の約5倍以上あることになる。1998年から2014年までの総自殺者数の増加は10万人を越えることになり、主要先進国のなかでは最悪の数値となっている。ちなみに、国際的な自殺率を比較すると、日本の自殺率(10万人あたりの自殺者数)が25.8%(2009)なのに対し、アメリカの自殺率が11%(2005)、イギリスの自殺率は6.4%(2007)であり、主要先進国のなかで、日本の自殺率の高さは群を抜いている。

日本における自殺要因は、自殺対策白書から推測可能である。なぜなら、1997年から1998年の間に増加した日本における自殺者は、45歳から64歳の男性に集中しているから

だ。一方、女性の増加は極めて少なく、男性でも45歳以下ではこれほどの増加が見られない。つまり、アジア通貨危機を発端として、日本国内の企業が倒産もしくは大規模人員削減に陥ったため、失業した中高年日本男性が主として自殺している可能性が高い。その根拠の1つとして、岩田(2011)の研究では、「失業率の上昇」と「非正規社員比率の上昇」という2要因だけで、日本人男性の自殺率の92%を説明している。

日本人の中高年男性にとって、失業や雇用状態の不安定化は、他の主要先進国に比べてリスクが高いと考えられる。山岸・ブリントン(2011)によれば、世界価値観調査2005年-2008年を引用し、日本人のリスク回避傾向が非常に高いこと、つまりリスク耐性が低いことが示されている。具体的には、本調査の対象国48ヶ国中最高値(リスク耐性最低値)となっている。

2.3. 日本人中高年男性の労働環境リスク

日本人中高年男性にとっての生活リスクをさらに細分化して考えれば、(1)一般的に持ち家のローンが大きいこと、(2)転職の機会がほとんど無いこと、(3)勤務先の会社の外で使える技能や能力が極めて少ないこと、(4)起業の適切な学習機会が無いこと、が挙げられる。

(1)一般的に持ち家のローンが大きいという要因については、持ち家が賃貸より優れているという考え方によって引き起こされていると考えられる。日本の高度成長期においては、不動産価格は増加を継続していたため、持ち家が優れた人生戦略だと信じられていた。総務省統計局 住宅・土地統計調査(2008)によれば、都市市街地における地価は、1990年のバブル崩壊で急速に下落し、2005年には最高値の1/4となり、1980年代はじめの水準まで下落した。つまり、1991年以降、持ち家を取得した人にとって、不動産資産価値は、平均的に下落を続けているわけである。この状況下でも、持ち家を選択する国民は、一定数存在している。その背後にある不動産会社の販売論理は「家賃を払うよりは、ローンを払ったほうが得」というものである。しかし、この販売論理は、偏った論理であると言わざるを得ない。なぜなら、持ち家には、大規模地震、巨大津波、近隣における違法組織の入居など、高いリスクが存在する。賃貸であれば単に転居するだけで回避可能なリスクが、持ち家においては、ほとんど一生涯住み続けローンを払い続けるという回避不能なリスクになっているからだ。この持ち家のローン返済というリスクは、会社への従属を強化する要因となることが多い。

(2)転職の機会がほとんどないという要因については、山岸・ブリントン(2010)が参考になる。本文献の中で山岸は、日本の高度成長期に成功した制度である終身雇用や年功序列が、人口構成および経済成長率が変化することによって、維持できなくなったにもかかわらず、雇用の安定を社会が準備できなかったことを指摘している。また、山岸は同文献で、日本人は二重の意味での雇用不安に直面していると述べている。二重の意味は、今の職場にしがみつくこともできないし、新しい職を見つけることも難しいという雇用不安を指す。さらに、山岸は日本のリストラとアメリカのリストラを比較し、日本人がリストラにあった場合の深刻さが全く違うと述べている。共著者であるブリントンによれば、アメリカ人にとって、リストラは苦しくても当たり前という解釈だが、日本人にとってリストラは「それで終わり」と表現している。加えて、同文献の中で、日本の定年制度の問題性にも

言及しており、定年といえは聞こえはいいが、結局は解雇と同義であるという趣旨の発言もある。つまり、リストラされたら先がないという恐怖が、日本人を萎縮させてしまっていると、山岸がまとめている。ブリンソンはこれを、アメリカにはセカンドチャンスがあるが、日本にはセカンドチャンスがないと表現している。

(3) 勤務先の会社の外で使える技能や能力が極めて少ないという要因については、日本の大企業における職能の細分化が影響を与えている可能性が高い。例えば、開発部門の社員が営業を行なうことは、まずない。例えば、機械部品を開発する製造業において、その能力や技能が、他の機械部品開発製造会社で、ほとんど使えないというような事例は多い。つまり、自分の能力や技能が、勤務先の企業の内側でしか役立たないという状態である。

この要因は、終身雇用や年功序列の崩壊という企業慣習の変化とは独立しているため、個人の努力や行動によって、能力や技能を向上させられる可能性がある。しかし、次に述べる(4)という別のリスクが存在している。

(4) 起業の適切な学習機会が無いこと、という要因については、仮に勤務先で高い専門性を保持していたとしても起こりうる。ガーバー(2003)によれば、勤務先で獲得した高い専門性、例えば、大工、電気工、美容師、半導体技術者のように高い専門性を持った人材でも、組織を離れて起業家として経営を開始する際、その専門性に加え経営力を備えている必要がある。しかし、その経営力についての学習なしに起業し、失敗する例は多数存在する。

以上が、日本人中高年男性の労働環境リスクの代表例4項目である。なお、ここでは日本人中高年男性という40歳中盤から60歳中盤の年齢層を扱ったが、少子化と高齢化が同時に進行する日本においては、この年齢層の前後の年齢層においても、同様のリスクが拡大する。なぜなら、60歳以上の年齢層にとっては、仮に定年を60歳で迎えられたとしても、平均寿命の年齢まで20年近い被雇用困難期間が存在しているし、また、20歳～30歳の若年層にとっては雇用機会が減少しているからである。

2.4. 起業家心理特性研究の重要性

前節で検討したとおり、日本人中高年男性の抱えるリスクの内(1)～(3)は現代日本の社会構造の問題であり、個人で解決することは困難である。(1)は個人で解決することも可能であるが、地域によって、また家族構成によって、適切な賃貸物件が得られない場合もある。そのため、(1)も完全に個人での解決が可能とは言えない。

とすると、残る選択肢は、(4)の起業家としての能力を習得する方法となる。起業についての適切な学習機会を獲得し、起業を自ら体験することができるならば、日本の硬直化した労働市場のなかで、フリーエージェントとして自活できる可能性が生じる。もちろん、従業員経験しか持たない人にとって、起業は決して容易ではない。しかし、見方を変えるなら、「起業」という容易ならざる活動における心理特性の要因を、細分化し、優先順位を付与し、体系化する研究の意義は大きいと考えられる。

上記の理由から、本研究では、起業家に特有の心理特性について検討する。その際の起業家心理特性の要因は、先述のように、「スキル」「知識」と「あり方」「価値観」に大別される。本研究では、後者の「あり方」「価値観」の重要性について重点的に考察する。なぜなら、スタンリー(1997)および本田(2004)によれば、起業家心理特性の要因の中でも、「あり方」「価値観」の重要性が示唆されているからである。

また、起業家の持つ重要要因として、「心理特性」要因以外にも、「行動特性」要因が考えられる。ただ、「行動特性」は何らかの「心理特性」が行動として反映されたものと解釈可能なため、本研究において扱う要因を「心理特性」として統一する。

2.5. 起業家心理特性と富裕層心理特性の関連性

本節では、起業家が所持する「心理特性」の要因を抽出するために、先行研究となる文献について検討する。まず、先行研究調査として、起業に関する参考事項の記載のある文献が必要となる。また、この文献は極力数値化されたデータを含むことが望ましい。なぜなら、要因抽出において、数値を判断基準に使用可能だからである。この要件を満たす文献として、本研究では、まずスタンリー（1997）および本田（2004）を中心に検討する。この2つの文献は「富裕層心理特性」に関する文献であるが、「起業家心理特性」として参考になる可能性が大きいので、以下に検討する。

スタンリー（1997）は、当時、ニューヨーク州立大学マーケティング学部教授であったトマス・J・スタンリーと准教授であったウィリアム・D・ダンコが行なった、富裕層（ミリオネア）調査の文献である。当研究は、当初、人がどのようにして資産形成するのかについての関心から開始され、全米の100万ドルを超える純資産保有者を対象に、詳細な実生活に関する調査が行われた。

その過程で、全米における富裕層のライフスタイルが、マスコミの一部で報道されるような華やかな生活とは、かけ離れていることが明らかになった。アメリカの富裕層（ミリオネア）は、極めて儉約的な生活をしており、安価な衣服を着用し、安価な靴を履き、新車もめったに買わない。

富裕層の職業の業種は、競売人、溶接業、害虫駆除業、駐車場経営業、米作農家等、マスコミにおける有名人に該当しないものが、ほとんどである。相続を受けている者は20%に過ぎず、80%は一代で財を成しており、生まれた環境による要因は想像以上に小さいものであることが判明した。この研究から明らかになった全米における富裕層（ミリオネア）のライフスタイルの意外性は、富裕層（ミリオネア）に達していないアメリカ人を驚かせることになったと、スタンリー（1997）に記載がある。

また、この全米における富裕層（ミリオネア）の約70%が起業家・自営業者であり、全米の総労働人口における起業家・自営業者率が20%未満であることを考えると、富裕層の起業家・自営業者率が極めて高いことが判明している。

つまり、起業家の心理特性を知る手段の1つとして、富裕層の心理特性が参考になる可能性が存在する。本研究では、起業家の心理特性を考察するための1つの手段として、富裕層の心理特性に着目する。もし、富裕層の心理特性が、起業家の心理特性と関連性を持つならば、起業家に特有の要因、すなわち、起業家以外の会社従業員等の所持率が低く、起業家の所持率が高い要因を、推測し考察することが可能となる。

日本で、スタンリー（1997）と同様の関心を持って行われた調査が、本田（2004）である。本田は、スタンリー（1997）で判明したアメリカの富裕層（ミリオネア）研究が、日本でも同様の結果を生むのかに興味を持ち、講談社と共同で、日本人富裕層（ミリオネア）に対する調査を実施した。

本田はまず、日本におけるミリオネア（億万長者）を、スタンリー（1997）を参考にして

定義した。スタンリー（1997）によれば、ミリオネア（億万長者）の定義は「全米における100万ドルを超える純資産保有者」である。ゆえに、本田らは、為替レートの変動はあるものの「日本における1億円を超える純資産保有者」を、日本におけるミリオネア（億万長者）と定義している。

しかし、日本において、個人の純資産に関する一般公開情報は、ほとんど存在しない。その一方、年収に関しては、国税庁の公示制度により、ある程度の予測が可能である。本田らは、本調査が行われた2002年の時点で、年収3,000万円を超え、高額納税者として国税庁公示該当者を「ミリオネア候補」と仮定し、質問紙調査を実施した。2002年度の所得税納付者は59,480,149人であるが、このうち年収2500万円を超える所得を得る者は約333,327人であり、全所得税納付者の0.56%に過ぎない。この中で、年収3,000万円以上の人の人数は、さらに少ないであろう。本田らは、このミリオネア候補12,000名に対し質問紙調査を実施し、931名からの有効回答を得た。その結果、このミリオネア候補の大半が、実際の「ミリオネア」であることが判明したため、その「ミリオネア」が回答した質問紙調査を、本田（2004）において集計し分析した。

本田（2004）において、質問紙調査の結果以前に、まずミリオネアの人口比の希少性についての言及がある。つまり、日本全体で、人口の1000人に約3人しかミリオネアは存在しない。これが、ミリオネア以外の者が、ミリオネアに到達しない主たる原因の1つとではないかと推測している。この状況は、スタンリー（1997）の事例と類似している。

日本においても、富裕層というと、全米と同様に、有名人やタレントに代表される華やかな情報が多いと考えられる。これに対し本田らの調査は、日本における富裕層のライフスタイル、考え方を扱った調査としては最初のものである。また、質問紙調査項目も全て原文で公開されているため、追試可能である。本研究では、富裕層の心理特性という、一般的に学術研究としては事例の少ない情報について考察を行うため、本田（2004）を先行研究に含めることにする。先述したが、本研究で、富裕層の心理特性を扱う理由は、本田（2004）の調査において、日本における富裕層心理特性と起業家心理特性の間に、関連性がある可能性があるためである。

本調査において、日本の富裕層（ミリオネア）は7種類に分類可能であることが判明している。1番多いのが「ビジネスオーナー」で27%、次に多いのが「専門家」で24%、「会社役員」が24%、「相続者」が18%、「不動産専門家」が2%、「アーティスト・スポーツ選手など」が1%、「会社員など」が4%となっている。

日本におけるミリオネアの中で、最大割合を占めるのが「ビジネスオーナー」であり、その割合は27%である。キヨサキ（2001）によれば、「ビジネスオーナー」とは収益を上げる事業のしくみそのものを所有するビジネス上のポジションであると定義されている。単なる「経営者」と「ビジネスオーナー」との違いは、例えばフランチャイズの喫茶店において

- ・自ら店長を行うのが「経営者」
- ・店長を雇うのが「ビジネスオーナー」

ということになる。

店長は経営を行っているものの、自分が「ビジネスのしくみ」の中に入っているため、経営者であったとしても、働かなければ収入は入らない。これに対し、ビジネスオーナーは、店長を雇う側であり、自分は「ビジネスのしくみ」の外にいる。そのため、自分が働かなく

ても、収入が入ってくる状態を確保することができる。

通常、ビジネスオーナーは、起業家の段階の体験を経た後に到達するポジションである。でなければ、起業家の体験や心理を理解することは困難であり、店長を雇用する場合や、経営判断を実行する際に、経営全体を統括することはできない。つまり、ビジネスオーナーは、一般に起業家の段階を体験しているため、起業家の「心理特性」を所持している可能性が高いと考えられる。

本田らのミリオネア調査結果において、2番目に多いのは「専門家」であり、その割合は24%である。この「専門家」についても、起業家を兼務している場合が考えられる。例えば、整体師という専門家でありながら、店舗展開を実行し、スタッフの教育を実施し、マーケティングまで手がけている人材は、整体師であると同時に起業家でもあると言える。

もし、専門家が起業家である場合を考慮に入れると、富裕層（ミリオネア）の27%～51%が起業家であると推察可能である。ゆえに、起業家の心理特性を知るために、富裕層の心理特性を知ることが、参考となる可能性が考えられる。

本田（2004）のミリオネア調査において、「専門家」と同数の割合を持つのが、「会社役員」であり、その割合は24%である。本田らの調査における「会社役員」は、会社の従業員として資産を築いた者と定義されている。つまり、ここで言う「会社役員」は、起業家となるのではなく、会社組織の中で経験を積み、次第に技能や才能を身につけ、ついには「組織の経営」を実行する役員となった者と定義されている。但し、ここで定義された「会社役員」は、「ビジネスオーナー」とは異なり、ビジネスを所有しているわけではない。「会社役員」は、自分の属する組織の規範に沿って行動するため、時間の自由が無いことなどが「ビジネスオーナー」とは異なる。

さらに、本田らの調査における、ミリオネア割合が4番目に高いのは「相続者」であり、その割合は18%である。この値は、スタンリー（1997）らの行った全米におけるミリオネア調査と近似している。つまり、「相続者」以外でミリオネアになった者は、8割以上もいることになり、彼らは一代で財を成している。

ここまでの、「ビジネスオーナー」27%、「専門家」24%、「会社役員」24%、「相続者」18%を合計すると、日本におけるミリオネアの93%を説明できたことになる。

以上のように、「富裕層心理特性」の要因とその数値データを利用して、「起業家心理特性」の要因を仮定し、検証することが可能である。本研究ではこの仮定を採用し、「起業家心理特性」の要因候補として研究を進めることとする。本研究では、「起業家の心理特性を検討する上で、富裕層の心理特性が参考になる」ことを、検証していく。なお、起業家心理特性の要因を具体的に抽出する際には、日本人を対象にしている点を考慮し、米国で実施されたミリオネア調査であるスタンリー（1997）ではなく、日本で実施されたミリオネア調査である、本田（2004）を採用することにする。

2.6. 起業家心理特性と従業員心理特性の相違性

前節では、「起業家心理特性」と「富裕層心理特性」の関連性の可能性について、統計的な調査結果を中心に、検討を行った。

本節では、起業家だけが特徴的に所持する心理特性の要因と、会社等の組織に雇用されている従業員だけが所持する心理特性の要因の相違性について検討する。

まず、先行研究調査として、起業についての重要事項の記載のある文献が必要となる。この文献の条件として、起業前段階から、起業後段階に成長する人材の「心理特性」の変容を明確に文章化していることが望ましい。

この条件を満たす文献として、本研究では犬飼(2005)を中心に検討する。本文献を検討する理由は、以下の3点である。

- (1) 起業に関する実践的な内容を、ストーリー形式で具体的且つ明確に表現していること
- (2) 大半が実話であり、内容と情報についての信憑性と迫真性が高いこと
- (3) スモールビジネス起業を扱っていること

本文献の内容は、28歳の男性主人公が、父親のリストラを契機に会社勤務を嫌悪し、中古車販売の自営業を試みるが、失敗を繰り返している場面から始まる。その後、経営の師との出会いを機に、多数の試練を体験しながら、起業に失敗していた理由を知り、起業の成功者として成長を体験していく。

主人公は、経営の師の紹介で整体院の店長を任されることになる。店長の経験を通して、経営の重要要因を体験的に理解していく。最終的に、雇われ店長からオーナー店長に成長し、自らが経営の師となって、起業の継承者となるのであった。以上が、犬飼(2005)の概要である。

犬飼(2005)は、起業前と起業後の「心理特性」の変容について、極めて詳細な記載を行っている点が特徴的である。起業過程について記載を行っている文献は、他にも存在する。例えば、浜口(2013)は、起業についての重要事項を12の分野に分類して、詳細に記載している。しかし、犬飼(2005)における起業段階の「心理特性」の変容に該当する言及は少ない。また、竹田・栢野(2002)も、起業時における重要要因についての記載はあるものの、やはり、「心理特性」の変容についての記載は少ない。神田(2004)は、起業をストーリー形式で記載しているという意味では、犬飼(2005)と類似している。しかし、神田(2004)は、起業時における組織の拡大に焦点を当てており、起業家個人の「心理特性」の変容という意味では、犬飼(2005)の記載が、より具体的で、より明確で、より網羅的であると判断した。さらに、犬飼(2004)は、スモールビジネス起業の典型例として記述されているため、起業についての個人的な心理特性について参考となりやすい。よって、当文献を、本研究における重要な参考文献として扱うことを決定した。

3. 研究の方法

3.1. 起業家心理特性の要因選出と質問紙の作成

背景で検討した、本田(2004)記載のミリオネアにおける「富裕層心理特性関連性」と、犬飼(2005)記載のスモールビジネス起業における「従業員心理特性相違性」について、調査・研究可能な質問紙調査の作成を行った。

3.2. 富裕層心理特性関連性からの要因選出

まず、「富裕層心理特性関連性」として、本田(2004)から20項目の質問と要因を作成した。質問は、本田(2004)に数値データとして記載のあるものを選択している。例えば、表1「起業家の心理特性に関する質問項目と要因名」における第1質問の要因名は「誠実性」であり、

第2質問の要因名は「健康配慮」であるが、これらは、本田(2004)内に数値データとして記載されている。また、20項目の質問の内、最初の11項目はミリオネアにとっての重要性が高く、ミリオネアではない一般所得層にとっての重要性が低い項目である。例えば、本田(2004)から抽出した「幸運自己認識」(項目17)は、ミリオネアにとって高い重要性が示されているが、非ミリオネアである一般所得層にとっても、同じく高い重要性が示されている。そのため、ミリオネアと非ミリオネアの判別を行うことは難しい可能性がある。

よって、本研究においては、本田(2004)からの項目作成に際し、極力ミリオネアと非ミリオネア間で差分が発生する可能性の高い要因を、優先的に選択している。ただし、本田(2004)において、判別(差分)が明瞭でない場合は、本研究において、あえて結果を決め付けることはせず、項目として抽出している。例えば、判別が明瞭でない場合として、先述の「幸運自己認識」(項目17)以外にも、「専門性」(項目19)を、本研究の質問紙の項目として採用している。

逆に、ミリオネアにとって重要性が低く、非ミリオネアである一般所得層にとって重要性が高い項目も、本田(2004)から抽出している。例えば、「日常的ビジネスチャンス志向」(項目12)は本田(2004)において、ミリオネアから見た場合の重要性は低く、非ミリオネアから見た場合の重要性は高い。そのため、項目12は、ミリオネアと非ミリオネアを判別する要因の可能性ありと、本研究では判断し、質問紙項目として採用している。このようにミリオネアと非ミリオネア間で逆転傾向を持つ要因は、「日常的ビジネスチャンス志向」(項目12)以外に、「非積極的販売傾向」(項目14)と、「金融商品非投資志向」(項目16)が存在する。上記3つの要因は一般所得者が高い重要性を認めているが、ミリオネアが高い重要性を認めていない項目である。

以上の方法で、本田(2004)を参考にして、質問紙の20項目(質問番号1~20)を作成した。

表1 質問項目と要因名(【逆】は逆転項目)

重要順質問番号	質問番号	質問項目	要因名
	1	どんなときも誠実に仕事をしている	誠実性
	2	健康には十分配慮している	健康配慮
12	3	自分の働きは、人よりずっと勤勉とまでは言えない【逆】	勤勉性
	4	収入の範囲内で生活している(借金やローンが無い)	収入範囲生活
	5	リーダーシップを発揮できないことが多い【逆】	リーダーシップ志向
	6	夫婦の信頼関係は非常に大切だと思う	夫婦関係重視傾向
2	7	自分の能力や才能を活かせる仕事に就いている	職業能力適合性
10	8	自分を応援してくれる人の名前を50人以上書き出せる	被応援傾向
	9	人生の師と呼べる人からサポートを受けている	指導者学習性
	10	自分は節約家とは言えない【逆】	節約志向

重要順質問番号	質問番号	質問項目	要因名
	7	11 自分なりの人生観をはっきり持っている	人生観明確化
		12 人が見逃しているビジネスチャンスを見つけることが重要だ【逆】	日常的ビジネスチャンス志向
		13 最終的な大きな判断を、自分で決定することは難しい【逆】	自己決定性
		14 自分のアイデアや製品を売り込む能力が大切だ【逆】	非積極的販売傾向
1		15 人生に絶望して克服したことがある	絶望克服性
		16 株などに賢く投資することが重要だ【逆】	金融商品非投資志向
		17 自分は幸運だと思う	幸運自己認識
4		18 自分の仕事が好きだ	職業選好性
13		19 専門分野を持っている	専門性
5		20 一代で1億円以上の資産を築くのは難しい【逆】	資産想像力
17		21 教えられたことは、すぐ素直に実行している	学習機会獲得能力1
		22 何かを教えてもらうときは、すぐメモを取る	学習機会獲得能力2
		23 相手の立場になって、期待に沿う行動をいつもしている	期待対応性
		24 学んだことを、すぐ行動に移している	行動即時性
8		25 結果が出るまで決して諦めずに行動できる	行動継続性
11		26 自分は成功者だというセルフイメージ(自己像)を持っている	自己像重要度
		27 成功者の行動のマネをすることが多い	成功者模倣性
14		28 自分の将来の目標を、はっきりと明確に立ててはいない【逆】	目標明確化
		29 達成できそうな小さな目標を、次々と立てて実行している	目標細分化
18		30 思い付いたアイデアは、すぐ実行している	実行即時性
		31 他人の成功を手伝ったことがある	成功応援志向
6		32 自分の仕事を通して社会に貢献している強い実感がある	社会貢献実感
9		33 世の中の常識を捨てることができる	社会通念自由度
		34 自分の人生の目的を文章にしている	人生目的言語化
		35 自分の夢や願望をリスト化して書き出している	願望リスト言語化
		36 人からどう思われるかを気にしてしまう【逆】	評価非過敏性
15		37 否定的な言葉を使ってしまうことがある【逆】	肯定的言語化
		38 試行錯誤のスピードが速い	試行錯誤高速性
		39 いつも完璧な準備を目指している【逆】	非完璧主義
16		40 計画通りいかないことの中にチャンスを感じることができる	失敗するチャンス

重要順質問番号	質問番号	質問項目	要因名
	41	次々新しいビジネスプランを考えることが楽しい	ビジネスプラン考案志向
	42	何をやるかより誰とやるかの方が重要だ	人材重要視
	43	自分の業務が自分無しでも回る「しくみ」を作っている	事業パッケージ化
	44	仕事の関係者に常に感謝の言葉で接している	感謝重要視
3	45	何度失敗しても必ずやり抜く気力がある	失敗耐性

3.3. 従業員心理特性相違性からの要因選出

次に、「従業員心理特性相違性」として、犬飼(2005)から25項目の質問と要因を作成した。本文献である犬飼(2005)の実話ベースの起業ストーリーを元に、「起業家心理特性」を抽出した。犬飼(2005)における、重要要因の抽出に際して、「重要な理由」と「要因名」を以下に記載する。「要因名」は、筆者が文章の重要箇所を解釈し命名している。

本文献において、まず重要なのは、主人公の起業の師との遭遇である。本田(2004)にも「人生の師と呼べる人からサポートを受けている」という要因の重要性についての記載があるように、起業を全て独学で学習することは、通常非常に困難または不可能である。なぜなら、起業において、どのような課題が発生するかを、あらかじめ予測することが難しいからである。つまり、起業過程の中には、ほぼ必然的に試行錯誤過程が内在している。起業において試行錯誤を行なう場合、自分ひとりで全てを実行するならば、その時間消費が、人の一生を超過するであろう。

本文献において、主人公は経営の師と偶然遭遇するが、教えられたことをすぐ素直に実行するという「学習機会獲得能力」(項目21)を発揮して、経営の師との信頼関係を構築している。さらに主人公は、相手の立場になって期待に沿う行動パターンである「期待対応性」(項目23)と、学んだことをすぐ行動に移す「行動即時性」(項目24)を習得している。

この後主人公は、経営の師から起業についての機会提供を受けている。具体的には、師から整体院での店長経験を打診され、最初は雇われ店長として起業を開始するのであった。数ヶ月赤字が継続し、雇用した女性臨時職員からも裏切られ、起業にすっかり自信を無くした主人公は、師から「計画通り行かないことの中にチャンスを感じる事ができる」という「失敗するチャンス」(項目40)を与えられたことをきっかけに、起業家としての自覚を始める。

自分は成功者だというセルフイメージ(自己像)を高く持つことができる「自己像重要度」(項目26)を身に付けた主人公は、整体院経営についての改善を開始する。結果が出るまで決して諦めない「行動継続性」(項目25)を発揮し、黒字化を果たし、1年で師から受けた初期投資を完済する。初期投資の完済をもって、主人公は雇われ店長からビジネスオーナーに成長し、起業家として成功していく。

以上の方法で、犬飼(2005)を参考にして、質問紙の25項目(質問番号21～45)を作成した。

この45項目以外に、被験者の属性情報等について、15項目の参考質問を行っている。項目には、起業しているかどうか、起業後の年数、起業準備開始の有無等、主として起業段階についての質問が多い。また、両親が経営者かどうかという起業環境についての項目も存在する。起業前の人にしか意味を成さない項目も存在するため、これら15項目は、先述の45項目とは独立した被験者の属性情報として扱うことにする。

これは、鎌原ほか(1998)記載の、一般的質問におけるフェイスシートに相当する項目になっており、尺度としては、名義尺度もしくは順序尺度となっている。これらの項目によって、被験者の属性情報を正確に把握することが可能となり、より詳細な考察を行える可能性が高い。

質問紙の解答欄には、リッカート尺度の5件法を採用し、エクセルのマス目を使用して回答を行うように作成している。この方法により、最初の45項目については、統計解析および多変量解析における「間隔尺度」として扱えるようにした。また、項目の半数弱に逆転項目を配置して、回答の妥当性を確保している。つまり、この45項目は、統計解析および多変量解析で分析処理可能な質問紙として作成している。ここで間隔尺度とは、項目間に一定の値の間隔という概念が存在するデータを意味し、間隔尺度で回答された数値は、加減算を実施することが可能である。

4. 研究の内容

本研究では、3章に記載した内容に従って、質問紙調査を行った。被験者を、起業家と従業員の2群に分別し、質問し、調査の結果を分析することを決定した。

日時は、2015年7月2日～7月15日である。場所は、特定の教室などを使用せず、インターネット上の送信機能を用い、エクセルで作成した質問紙調査ファイルを添付し、送信した。インターネット上の送信機能としては、フェイスブック、電子メール、チャットワークという電子会議システムを利用した。

質問紙調査ファイル以外に、質問紙調査への依頼文を記述し、調査への協力を要請した。

被験者のサンプリングは、筆者と直接面識のある人物に限定した。限定の理由を以下に述べる。

- 1) 起業家か従業員かを正確に判別可能なこと
- 2) 責任感を持った回答が得られること
- 3) 回答率を向上させること
- 4) 回答時間を短縮すること

1) は極めて重要である。なぜなら、本質問紙調査の主たる目的が、起業家と従業員の相違性要因を研究することだからである。

2) も1) に次いで重要であり、責任感を持った正直な回答を得るために必要な理由である。

3), 4) も時間的制約のある研究を行うために重要である。

回答が得られた被験者数は、時間に制約があったため、起業家10名(男性8名、女性2名)と従業員10名(男性6名、女性4名)であった。

5. 考察

5.1. 考察における前提

起業家の心理特性、特に、起業家を決定付ける特有の心理特性を、前節までに記載した質問紙調査結果に基づいて考察していく。

起業家特有の心理特性を抽出するためには、起業家への質問紙調査結果だけでなく、起業家と対比される存在である従業員への質問紙調査結果が、重要な情報となる。起業家と従業員の心理特性において、どの質問項目（以下「項目」とだけ記す）が起業家にとっての決定的な「差別化要因」、つまり起業家を起業家たらしめている特有の要因なのかを、探索し考察していく。

まず、考察を行う上で、平均値と標準偏差を用いることを前提とする。また、データは間隔尺度で扱えるため、加減算が実施可能である。そのため、平均値および標準偏差を算出できる。すなわち、表1における45項目の、各項目の平均値および標準偏差を、起業家と従業員のそれぞれの群ごとに、算出可能となる。

本前提を採用することにより、田中(2012)、「平均値」という「代表値」(分布全体を1つの値で表した数値)と、「標準偏差」という「分布度」(データのばらつきの大きさを示した数値)という、2つの基本統計量を用いて、考察を行えることになる。

5.2. 起業家の心理特性に関する低得点項目の考察

本質問紙調査の分析および考察において、まず、最初に実行すべきことは、起業家にとっての低得点項目が存在するかどうかを確認し、場合によっては分析対象から除外することである。ここで「低得点」の定義が必要となる。本論文では、質問紙調査項目の最高値5.00と最低値1.00の中間に位置する値である3.00を基準に考え、起業家群のある項目の「平均値」と「標準偏差(1s)」の和が、3.00未満である場合を、「低得点」と定義する。「平均値」だけでなく、「標準偏差(1s)」の和を用いる理由は、「平均値」に加えて「データの分布度」を考慮に入れるためである。1sが含有するデータは、正規分布の場合はデータ全体の64.27%である。

この基準で質問紙調査結果を分析すると、45項目中、次の2項目の該当が判明した。項目12「人が見逃しているビジネスチャンスを見つけることが重要だ」(日常的ビジネスチャンス志向)は平均値1.80標準偏差(1s)0.75であり、和が2.55で3.00未満である。また、項目14「自分のアイデアや製品を売り込む能力が大切だ」(非積極的販売志向)は平均値2.00標準偏差0.89であり、和が2.89で3.00未満である。つまり、起業家は項目12および項目14を重視していない。ただし、従業員も、項目12の平均値2.00標準偏差(1s)1.18、項目14の平均値1.90標準偏差(1s)0.94と低得点なため、起業家に特有の要因とは言えないことが判明した。

本田(2004)においては、この2項目についてミリオネアだけが低得点を記録しており、非ミリオネアは、高得点を与えている。よって、この2項目について、本研究では本田(2004)の主張を部分的にしか裏付けることができなかつたため、項目12および項目14を起業家に特有の心理特性からは除外することにする。

5.3. 起業家の心理特性に関する高得点項目の考察

次に、起業家にとっての高得点項目について考察する。ここで「高得点」とは前節の逆であり、中間に位置する値である3.00を基準に考え、起業家群のある項目の「平均値」から「標準偏差(1s)」を引いた差が3.00を超える場合を、「高得点」と定義する。

本研究における質問紙調査結果の項目で、起業家にとって平均値の大きい項目に着目する。起業家の心理特性の重要要因を特定する上で、項目の値(平均値)が大きいことは必要条件ではあるが、十分条件ではない。例えば、項目6「夫婦の信頼関係は非常に大切だと思う」(夫婦関係重視傾向)は、起業家群において平均値が4.7であり、高い得点である。しかし、従業員群においても得点が高く、平均値が4.7であり同一である。つまり、本項目は起業家群で高得点であるにも関わらず、「差分」がないために、起業家と従業員間の「差別化要因」にはならない。よって、起業家と従業員間の「差別化要因」を判別するための、別の判断基準が必要になる。

5.4. 起業家心理特性と従業員心理特性の相違性についての考察

本節では、起業家にとって高得点であるだけでなく、起業家と従業員の心理特性に関する差分が存在し、双方の決定的な相違を生み出す「差別化要因」となる項目について、以下に考察する。もし、起業家にとって高得点であるだけでなく、起業家と従業員間で相違を生む「差別化要因」が発見されるなら、現在従業員で将来起業家志望の人々に対し、参考となる知見を提供することができる。

中小企業白書(2014)によれば、現在の日本の起業人数は2012年22.3万人となっており、2002年以降、少しずつ減少を続けている。ならば、なおさら、起業における重要要因を知ることが、起業を希望する従業員にとって必要であろう。

本節ではまず、起業家と従業員間の「差別化要因」となる項目を探索する上で、要因の判断基準の決定が必要と考える。要因の判断基準として、今回の質問紙調査の、特定の項目の起業家平均値と、同一項目の従業員平均値との間に、相違(差分)が存在することが、条件である。よって、起業家と従業員間の「差別化要因」を判別するために、以下の判断基準を用いることにした。

起業家と従業員の2群において

・「対応する項目得点の平均値の差が、項目得点の標準偏差(1s)以上であること」

を条件に、重要要因の判別を行う。この判断基準を用いる根拠は、単に平均値だけを比較するだけでなく、データの分布度を考慮に入れるためである。データの分布度を最も端的に表す基本統計量が標準偏差であるため、標準偏差sの1sを分布度の単位として扱う。平均値の差分がこの1sを上回る場合、その項目が「差別化要因」に該当すると見なすことにする。

結果として、質問紙の45項目中、上記基準に該当する項目が18項目存在した。つまり、起業家と従業員の心理特性の相違点となる「差別化要因」を抽出できた。本18項目を「起業家特有要因」と呼ぶことにする。これが、本研究の第1の知見である。

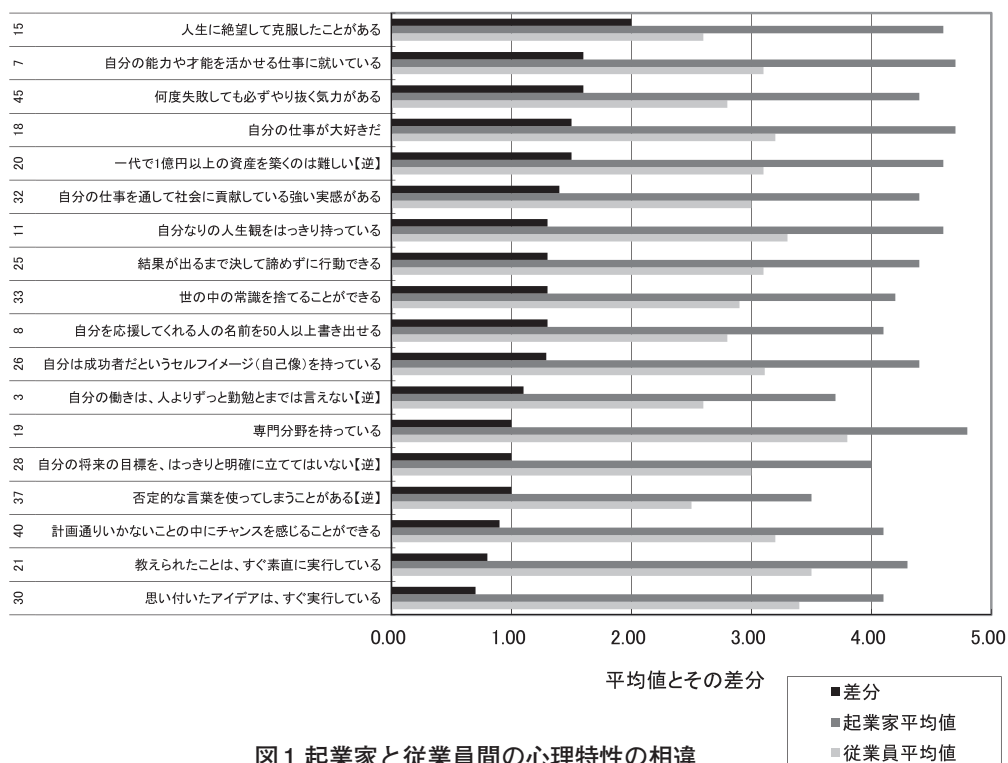


図1 起業者と従業員間の心理特性の相違

この18項目を、差分の大きい順、つまり重要順に整理してグラフ化したのが、図1「起業者と従業員間の心理特性の相違」である。この図1における重要順は、表1「質問項目と要因名」の重要順質問番号欄に反映した。

起業者特有要因の中で、起業者と従業員間の差分が1番大きかった要因は、項目15「人生に絶望して克服したことがある」(絶望克服性)である。本田(2004)の調査において、ミリオネアの30%が人生に「絶望」し「もうダメだ」と感じたことがあると回答している。起業においては「絶望」のような事態を克服できるかどうか重要であることが理解できる。なぜなら、人生に「絶望」した体験を持ち、しかも現在ミリオネアに成っているということは、その「絶望」を克服したことを意味するからだ。本研究においても、この絶望克服性を体験した被験者は、起業者群で90%(平均得点4.6)、従業員群で30%(平均得点2.6)であり、起業者がいかに絶望を克服する力を備えているかを認識することができる。

2番目に差分が大きかった要因は、項目7「自分の能力や才能を活かせる仕事に就いている」(職業能力適合性)である。本田(2004)で、ミリオネアの54%が「能力適合」を職業選択理由にしている。これに対し、非ミリオネアで「能力適合」を職業選択理由にしている比率は33%であり、割合が半数にも満たず、ミリオネアとの差が20%以上あることが確認できる。本研究においても、職業能力適合性を考えて職業選択を行っている割合が、起業者群で90%(平均得点4.7)、従業員群で50%(平均得点3.1)であり、従業員の方が自分の能力に適していない仕事に就労している比率の高さが分かる。

3番目に差分が大きかった要因は、項目45の「何度失敗しても必ずやり抜く気力がある」

(失敗耐性)である。この項目は、犬飼(2005)から抽出されたもので、文献中に複数回現れる重要項目である。犬飼(2005)には詳細な起業過程の記載があるため、その状況を具体的に把握することができる。その一方で、データではなくストーリー形式で表現されているため、本田(2004)のような定量的な数値は未記載である。なお、本研究における項目45の「失敗耐性」についての肯定的な回答は、起業家群で100%(平均得点4.4)、従業員群で10%(平均得点2.8)となっており、2つの群における相違の大きさが分かる。

本研究では、本田(2004)の「量的データ」記載と、犬飼(2005)の「質的データ」記載の両方を同時に調査することにより、起業家の所持する要因を、より多角的に分析可能にしたと考える。質問紙調査において、起業家群と従業員群の差分が最も大きい要因の中に、2つの文献の要因の双方が現れていることは、量的データと質的データのそれぞれの利点を活かした質問ができておりと解釈することが可能である。

以下、差分の大きい順に「質問項目」と「要因名」で見えていくと、4位 項目18「自分の仕事が大好きだ」(職業選好性)、5位 項目20「一代で1億円以上の資産を築くのは難しい【逆】」(資産想像力)、6位 項目32「自分の仕事を通して社会に貢献している強い実感がある」(社会貢献実感)、7位 項目11「自分なりの人生観をはっきり持っている」(人生観明確化)、8位 項目25「結果が出るまで決して諦めずに行動できる」(行動継続性)、9位 項目33「世の中の常識を捨てることができる」(社会通念自由度)、10位 項目8「自分を応援してくれる人の名前を50人以上書き出せる」(被応援傾向)と続く。

「起業家特有要因」の特徴として、その要因が「スキル」「知識」より「あり方」「価値観」を重要視するという主旨の本田(2004)の調査内容を、本研究において確認する結果となった。ただし、本研究は、起業家の心理特性についての研究であり、本田(2004)はミリオネアについての調査である点が異なる。

本研究における18項目の内、「スキル」に該当する項目は、項目19「専門分野を持っている」(専門性)たった1項目に過ぎない。残りの17項目は、全て「あり方」に該当する項目であり、起業家が「あり方」を「スキル」より重要視する傾向があることが明らかになった。これが、本研究の第2の知見である。

また、先述したように、本研究の起業家心理特性が、本田(2004)の富裕層心理特性と類似の関係にあることが明らかになった。これが、本研究の第3の知見である。

本研究では、一般的な通例にはやや反するものの、本田(2004)の「量的データ」と、犬飼(2005)の「質的データ」の両方を同時に調査することにより、起業家の所持する要因を、より多角的に分析可能だと考える。質問紙調査において、起業家群と従業員群の差分が最も大きい要因の中に、2つの文献の要因の双方が現れていることが、量的データと質的データのそれぞれの利点を活かした質問ができておりと解釈可能な根拠である。「起業家特有要因」18項目の中で、本田(2004)から抽出された項目は8項目であり、犬飼(2005)から抽出された項目は10項目である。

上述のように、本研究において、本田(2004)から抽出された8個の項目と、犬飼(2005)から抽出された10個の項目の両方が、本研究において、起業家心理特性と従業員心理特性の相違点となることが確認できた。

5.5. サンプル数と統計解析および多変量解析に関する考察

本研究における最大の課題は、サンプル数の少なさである。起業家と従業員のそれぞれ10名から、有効回答を得られたに過ぎない。本研究では、スモールビジネス起業家の心理特性を要因別に抽出し、起業家に特有の要因を選別することができた。ただし、より多数のサンプルによって厳密性を向上させることが重要である。それゆえ、本研究は、ある意味で、大規模な質問紙調査の予備実験的な側面を併せ持つ。

具体的には、本研究の質問紙調査における回答を、起業家群と従業員群で比較し、統計的な優位性を算出するためには、通常、分散分析を用いる。しかし、本研究においては、平均値と標準偏差を用いて比較検討を行っている。よって、今後、十分なサンプル数が得られた後に、起業家群と従業員群の比較を、分散分析を用いて行う予定である。また、分散分析を用いた比較に加え、起業家特有要因として抽出した要因群の関係を検討するために、多変量解析、特に因子分析を行いたい。さらに、富裕層心理特性と起業家心理特性の相関についても、検討を行う予定である。

ただし、現段階において、

- ・ 起業家と従業員の心理特性の相違点となる要因（起業家特有要因）を抽出できていること
- ・ 起業家特有要因の内、「あり方」に関する要因が「スキル」に関する要因より圧倒的に多数であること
- ・ 起業家の心理特性を表す要因が、富裕層の心理特性を表す要因と類似する関係にあること

は明確化されており、従業員で起業準備を行う人々にとっての参考となる知見を提供している。

6. まとめ

本研究では、スモールビジネス起業家の心理特性を要因別に抽出し、起業家に特有の要因を選別した。起業家と従業員の心理特性の相違点について要因別に分析を行い、本質的な相違点の考察を行った。結果として、現在従業員で起業準備を行う人々にとって、参考となる知見を提供した。

参考文献

- ダニエル・ピンク (2002) 「フリーエージェント社会の到来」ダイヤモンド社
浜口隆則 (2013) 「起業の技術」かんき出版
平成22年度版 自殺対策白書 (2010) 内閣府
<http://www8.cao.go.jp/jisatsutaisaku/whitepaper/w-2010/pdf/>
本田健 (2008) 「普通の人がこうして億万長者になった」講談社 (2004年の文庫化)
犬飼ターボ (2005) 「チャンス」飛鳥新社 (2005/07)
岩田規久男 (2011) 「経済学的思考のすすめ」筑摩書房
鎌原雅彦・宮下一博・大野木裕明・中澤潤 (1998) 「心理学マニュアル 質問紙法」北大路書房

- 神田昌典 (2004)「成功者の告白」講談社
- マイケル・E・ガーバー (2003)「はじめの一歩を踏み出そう」世界文化社
- ロバート・キヨサキ シャロン・レクター (2001)「金持ち父さんのキャッシュフロー・クワドラント」筑摩書房
- 総務省統計局 労働力調査 (2014)
<http://www.stat.go.jp/data/roudou/sokuhou/nen/dt/pdf/index1.pdf>
- 総務省統計局 住宅・土地統計調査 (2008)
http://www.stat.go.jp/data/jyutaku/2008/nihon/4_1.htm
- 橘玲 (2009)「貧乏はお金持ち」講談社
- 橘玲 (2011)「大震災の後で人生について語るということ」講談社
- 竹田 陽一・栢野 克己 (2002)「小さな会社・儲けのルーラーランチェスター経営7つの成功戦略」フォレスト出版
- 田中敏 (2012)「実践心理データ分析 改訂版」新曜社 (初版1996)
- トマス・J・スタンリー, ウィリアム・D・ダンコ (1997)「となりの億万長者」早川書房
- 山岸俊男+メアリー・C・ブリントン (2010)「リスクに背を向ける日本人」講談社
(2015.7.20 受稿, 2015.8.24 受理)

[抄 録]

本研究では、スモールビジネス起業家の心理特性を要因別に抽出し、起業家に特有の要因を選別した。起業家と従業員の心理特性の相違点について要因別に分析を行い、本質的な相違点の考察を行った。結果として、現在従業員で起業準備を行う人々にとって、参考となる知見を提供した。