

アントレプレナーシップの構成要素を探る

— 事業機会の認知と事業失敗への恐怖が起業に与える影響について—

A study on the component of the entrepreneurship

- Correlation analyses of the entrepreneurship, and the interest rate -

立教大学大学院 博士課程後期課程 (D-3)

馬場晋一 BABA, Shinichi

1. はじめに

近年、アントレプレナーシップ（起業家精神）という言葉が、企業経営上の理念の一つとなりつつある。日本をはじめとし、先進諸国は経済成長の山場を越え、新たな成長局面に入ったという見識が散見されることもその要因の一つである。¹⁾ アントレプレナーシップの効果が経済成長の源泉であるという立場は、行動経済学や経営学の歴史の中でも古い。

従前より、J.A.Schumpeter (1926)、L.V.Mises (1966)、I.M.Kirzner (2004) らオーストリア学派の起業家論者は、経済活動において、人間の英知による活動がすなわち「人間行為」²⁾ が、国民、企業の貯蓄水準を高め、投資効率を上昇させ、それが更なる財・サービスの革新を生み出すと考える立場から、独自のイノベーション論を展開してきた。起業家 (Entrepreneur) による新規事業は、ビジネスシーンの発展やイノベーションに貢献することは古くから議論されている。しかし、起業家精神について、その学術的な研究の蓄積にもかかわらず、その意味や定義については様々である。また、事業者を「起業家」と見なすための行動や特性に対しても、同様に一致した意見は見られていない。その点、古典学派の蓄積からは、「起業家精神 (entrepreneurship)」は、「新しい事業機会への機敏さ」と解されている Kirzner(1973)。これは、「企業家的機敏性 (alertness)」と呼ばれ、ビジネスチャンスを一いち早く認知し、その利用機会の有用性を示して、マーケットに新たに有用な価値資源を生み出す要因の一つと解されている。

また、L.ミーゼス 『ヒューマン・アクション』(1966) においては、独自の起業家論からプラクシオロジー理論（個人の選好や利益動機がマーケットに与える影響からマーケットリスクの変化を研究する方法論）が展開され、マーケットの変化の要因を、起業家の事業に対する「主観的なリスクの見たての変化」として捉えられている。

本報告では、この2つの大きく、かつ伝統的な起業家理論の意義を再考する。起業家精神 (アントレプレナーシップ) の構成要素を「事業機会の認知」および「失敗への恐怖」とし、この2つのファクターが起業活動に与える影響を考察した。先進諸国の起業家調査 (GEM) を基に、これらの因子が、起業活動へ与える影響を捉えたものである。

¹⁾ Global Entrepreneurship Monitor (2010, pp.10-11)

²⁾ L.V. Mises (1966, p.7, pp.51-52)

1999年には、起業意識の国際比較を調査目的とする GEM がロンドン大学内に設立され、日本においても設立以来、2012年まで一貫して、起業意識に関する人口統計調査（APS）が実施されている。

他方、昨今の先進諸国の生産活動を考慮すると、経済のグローバル化の進展により、生産拠点は、生産コスト軽減のため、人件費、維持管理費の安価な土地での生産活動を模索する傾向にある。

この傾向は、グローバリゼーションの本質的な傾向の一つともいえる活動である³⁾が、生産物の革新による利益創出のメリットと比較して、生産コスト削減のため、スケールメリットを重視する市場拡大の路線が中心的な原動力となる。しかし、こうしたスケールメリットの探索は、企業の利益創出のプロセスとして、安易な活動であることを指摘しなければならない。上述の伝統的なアントレプレナーシップ論からは、これらグローバリゼーションの進展は、生産活動における「アントレプレナーシップ」の効果を希薄にすると捉えることが可能からである。

こうした伝統に従えば、仮にアントレプレナーシップが旺盛な経済であれば、その主体が企業組織の活動であるか、個人活動であるかは問わず、アントレプレナーシップ)の活発さとともに、新たな、財サービスの生産が活発化し、「長期的」には、個人、企業の貯蓄水準の向上に寄与し、新たなエクイティ投資を生み出し、長期金利は上昇すると捉えることになる。この仮説を現在の起業家研究において貫く試みは、グローバリゼーションの進展と対極的な視点でアントレプレナーシップの効果を見直すことに繋がる。このような考察が有用な視座となるものと考えている。

(1) 考察の対象

本稿では、OECD加盟の先進諸国10ヶ国を対象とし、その起業意識をGEMの人口統計調査（APS）を用いて考察する。調査の対象国は、ベルギー（Belgium）、フィンランド（Finland）、フランス（France）、ドイツ（Germany）、イタリア（Italy）、日本（Japan）、オランダ（Netherlands）、ノルウェー（Norway）イギリス（United Kingdom）、アメリカ（United States of America）の10ヶ国である。

各国の2007年～2011年までの5ヶ年のデータから、アントレプレナーシップを構成するいくつかのパラメータを想定する。起業を押し上げる要因を確認することが本稿の目的である。その方法は、次節に紹介する i と ii である。

(2) 仮説と方法

本稿では起業活動のファンダメンタルとされる下記に示す 1)～5) の 5 変数を扱う。

³⁾ Emmanuel Todd (2003, pp.71-102)

これら相関を確認し、TEA と他の 4 変数との相関を考察する。ことで、起業家活動と市場利子率の関係および、その有効性を確認するものである。

事業機会の認知 (Perceived Opportunities)

- 1) 失敗への恐怖 (Fear of Failure Rate)
- 2) 18-64 才の就労人口に占める過去 3 年間の知人の起業への投資経験者の割合 (Informal Investors Rate)
- 3) 18-64 才の就労人口に占める創業前 6 ヶ月～3 年のアーリーステージの起業家人口 (Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA))⁴⁾
- 4) 2007～2011 年の長期金利 (Long-term interest rates 名目値)⁵⁾

本稿の検証と方法は、下記、i) と ii) である。

- i) 下記 1) ～ 4) の相関分析
- ii) 2) 3) 5) と 4) の重回帰分析

2.アントレプレナーシップの研究意義について

(1) アントレプレナーシップ研究の歴史的な意義

「アントレプレナーシップ」とは何を意味するのか。アントレプレナーシップという概念が初めて確立されたのは 1700 年代であり、その意味は常に変化してきた。⁶⁾

古くは R.Cantillon 『商業一般の本性に関する試論』の中で初めて登場したとされる。⁷⁾そこでは、「内在価値」が起業家によって創出される価値と定義された。準レント (quasi rent) と同義に扱われ、その議論は現在に至るまで起業家活動の源泉と捉えられている。

これは、第一義的には「生産に入りこむ土地と労働の大きさ」であり、それはある財の価値が 2 つの異なる量の組合せによって表示されることを説明した。「土地と労働の価値の平価 (pair) 」と呼ばれる関係によって、労働の量を土地の量に換算し、労働力の価値を土地の価値で表示することを可能にした。

生産的な起業家活動が支配的になるのは市場経済が発展していく 18 世紀イギリス産業革命期以降である。起業家的競争とは何か。この問いに対して、I.M. Kirzner の議論では、「起業家的機敏性 (alertness)」の競争であるとしている。⁸⁾ I.M.Kirzner は自らの議論の特徴を示す上で J.A.Schumpeter の議論との対比を試みている。I.M.Kirzner によれば自らの議論では、起業家活動を、「市場の不均衡から利潤機会を認知し、均衡を導くとさせる機能」

⁴⁾ Global Entrepreneurship Monitor Global Rreport (2007-2011)

⁵⁾ OECD.Stat インフレ調整後の実質金利 (2007-2011)

⁶⁾ W.Bomol (2010, pp.295-315)

⁷⁾ J.A. Schumpeter (1998, pp.56-57)

⁸⁾ I.M.Kirzner (2001, pp.49-56)

として位置づけているが、J.A.Schumpeter の議論ではそれは市場を不均衡化させる機能と捉えている。このような対比は I.M.Kirzner が様々な起業家活動を遂行するにあたって共通して起業家的機敏性 (alertness) の能力が必要であることを示すための思考の一つである。

起業家的競争を分析する上でこのような個人から始める方法論的個人主義を採用している点では完全競争論とも共通している。それは、市場における商品の消費量を個人の満足度 (効用概念) から説明しており、生産のメカニズムを生産者の「利潤機会」に求めている点である。オーストリア学派と完全競争市場論には、その説明の接近法に差異がみられる。この見解の違いが、オーストリア学派の特徴であり、独自の起業家論となって展開されるものである。このような起業家論は、他の新古典派カテゴリとはまた違った多面的な資本と選好の考察方法を示唆してくれる。起業家は、リスクを取り、そのリスクを取る能力が事業機会の認知となって現れ、そこに接近する投資資源は、起業家の担うリスクに応じて、その収益の期待を形成する。

3. 起業家精神の指標と考察

(1) 起業家精神の測定パラメータ

本稿の考察に当たっては GEM が扱うデータのうち、表 1 の 4 データを使用した。

表 1 起業意識の測定パラメータ

Objectives	Description
Informal Investors Rate (IR)	18-64歳の就労人口のうち、過去3年以内に新事業のために資金を提供した経験のある者の割合
Fear of Failure Rate (FR)	18-64歳の就労人口のうち、事業の失敗への恐怖があり、起業を現在、躊躇している者の割合
Perceived Opportunities (PO)	18-64歳の就労人口のうち、現在、生活しているエリア(国内)で創業の事業機会の認知をしている者の割合
Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)	18-64歳の就労人口のうち、創業前6ヵ月～創業後3年以内のアーリーステージの事業を自ら経営、あるいは所有している者の割合

※表 1 単位 (%) 起業意識の測定パラメータ () は本稿の略称

(出所) *Global Entrepreneurship Monitor – Adult Population Survey (APS)*

APS Questionnaire より筆者作成

(2) TEA (Total early-stage Entrepreneurial Activity)

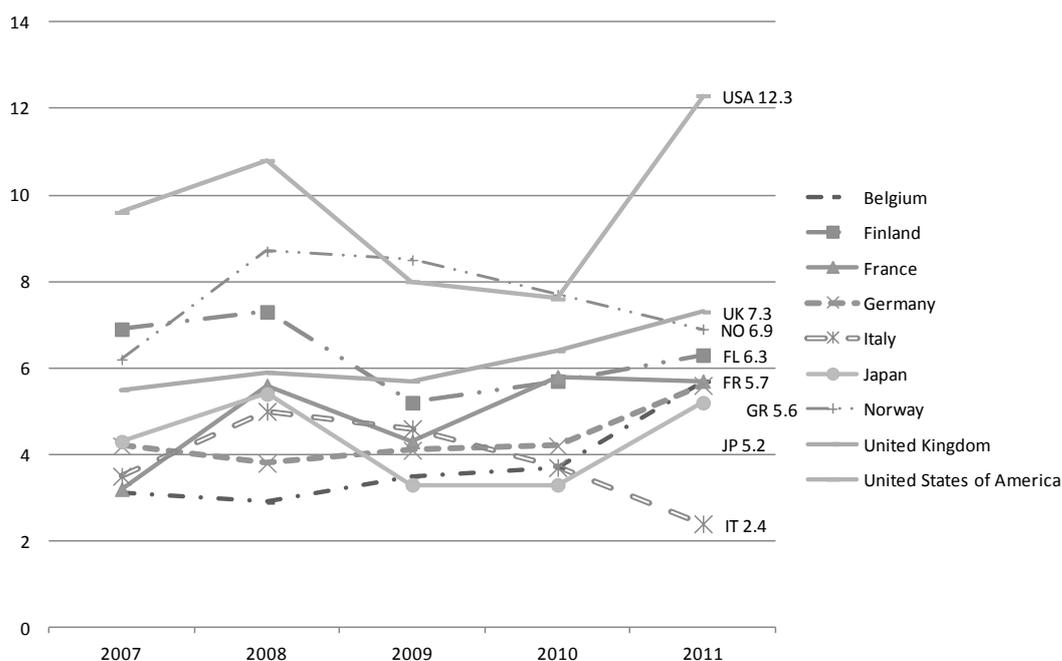
TEA は、18-64 歳の就労人口のうち、創業前 6 ヶ月～創業後 3 年以内のアーリーステージの事業を自ら経営、あるいは所有している者の割合である。

経済や事業を取り巻く環境の変化に反応し、既存の企業が新しい事業に取り組み、

なおかつ、起業家が新しい機会を求めて新企業を設立し、ときには環境変化とともに退出していくプロセス、起業のダイナミズムを考察することで、経済成長、発展のメカニズムを捉えるための指標となる。

表2 図1 TEA (Total early-stage Entrepreneurial Activity 単位(%))

country	2007	2008	2009	2010	2011
Belgium	3.1	2.9	3.5	3.7	5.7
Finland	6.9	7.3	5.2	5.7	6.3
France	3.2	5.6	4.3	5.8	5.7
Germany	4.2	3.8	4.1	4.2	5.6
Italy	3.5	5	4.6	3.7	2.4
Japan	4.3	5.4	3.3	3.3	5.2
Netherlands	5.2	5.2	7.2	7.2	8.2
Norway	6.2	8.7	8.5	7.7	6.9
United Kingdom	5.5	5.9	5.7	6.4	7.3
United States of America	9.6	10.8	8	7.6	12.3



(出所) *Global Entrepreneurship Monitor-Adult Population Survey (APS)*

APS Questionnaire / GEM-Keyindicators より筆者作成

近年の動向を表2および、図1に示した。2007～2011年の経年変化を確認すると、アメリカ (USA) が 12.1% と最が大きく、イタリア (IT) の値は小さい。

日本 (JP) は先進諸国の中では最も低い値を推移したが、2012年に5%代の値を示しており、フランス (FR)、ドイツ (GR) の値と比較してもほぼ同水準にある。

(3) Informal Investors Rate (投資家指標)

Informal Investors Rate (IR) は、過去3年以内に、他者の起業のために資金提供したことのある者の割合を示している。多くの起業家は、事業を始める際、多額の出資を必要とする。創業資金、そして運転資金を必要としている起業家は、一般に内部の財源(internal sources)に資金を求めようとする。外部資金は、その調達の際、金融機関や機関投資家などの、市場を通じた経路による資金調達を指す。この資金の調達には、資金の投下前の段階で、投下資本の収益率(Return on investment)を測定するなどの外部評価が必須となる。

起業家はリスクを自らとり(Risk taking)、将来の利潤獲得のためにビジネスの創造に挑戦し、事業の創設、継続の可能性を求める起業家の一般的な傾向から、自己資本を担保しながら、可能であれば、他人の資金を有効に利用したいと考える傾向にある。⁹⁾ その動向を下記、表3、図2に示した。相関分析は、IRは過去3年以内の出資者であり、TEAが創業前6ヶ月から3年間のアーリーステージの起業家の割合であるから、IRの数値は過去3年間のTEAと直接的な関係を有している。その点、TEAとその過去のIRの関係を分析することは整合的でない。

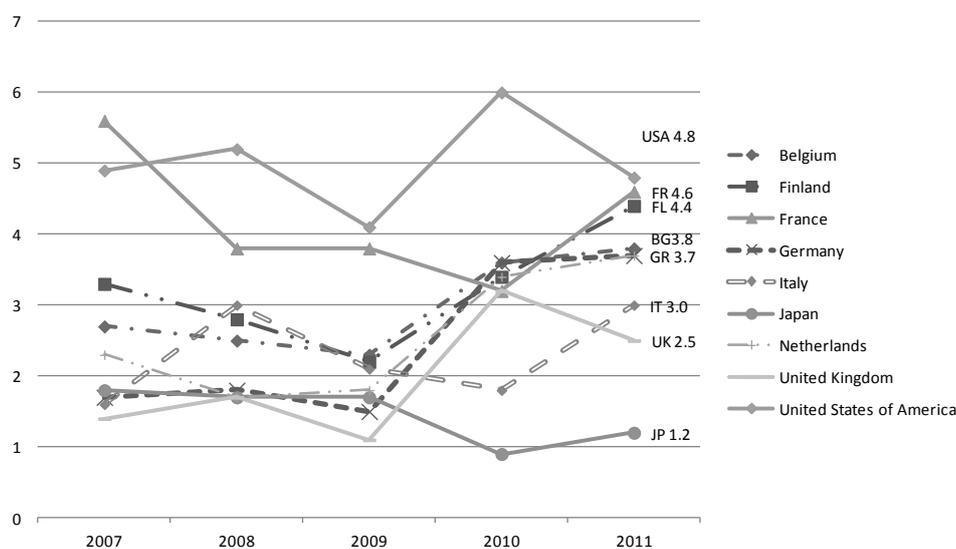
これは、出資と創業の因果関係を捉える意味においても重要な視点である。出資は、起業家の誕生とともに発生するからである。

表3 Informal Investors Rate (投資家指標) 単位 (%)

country	2007	2008	2009	2010	2011
Belgium	2.7	2.5	2.3	3.6	3.8
Finland	3.3	2.8	2.2	3.4	4.4
France	5.6	3.8	3.8	3.2	4.6
Germany	1.7	1.8	1.5	3.6	3.7
Italy	1.6	3	2.1	1.8	3
Japan	1.8	1.7	1.7	0.9	1.2
Netherlands	2.3	1.7	1.8	3.4	3.7
Norway	4	4.5	-	-	4.9
United Kingdom	1.4	1.7	1.1	3.2	2.5
United States of America	4.9	5.2	4.1	6	4.8

⁹⁾ Global Entrepreneurship Monitor Global Report (Joel Shulman, 2009)

図2 Informal Investors Rate (投資家指標)



	IR 2007	IR 2008	IR 2009	IR 2010	IR 2011
TEA 2007	0.3275	0.5367	0.2895	0.4717	0.4652
TEA 2008		0.7164	0.5850	0.4000	0.4729
TEA 2009			0.3219	0.6875	0.8077
TEA 2010				0.7049	0.8182
TEA 2011					0.4335

※単位 (%) ノルウェー (Norway) は、Y2009、Y2010 データ欠損のため省略

(出所) Global Entrepreneurship Monitor-Adult Population Survey (APS)

APS Questionnaire / GEM-Keyindicators より筆者作成

(4) 失敗への恐怖 (Fear of Failure Rate)

本節では、失敗への恐怖 (Fear of Failure Rate) が TEA に与える影響について考察する。失敗への恐怖 (Fear of Failure Rate) の指標は、18-64 歳の就労人口のうち、事業の失敗への恐怖があり、起業を現在、躊躇している者の割合である。表 4 のとおりである。

失敗への恐怖 (FR) は、起業それ自体に対して、既にそのリスクを自ら認識し、それがあるために、起業を躊躇していると考えている人の割合であるから、この値そのものは、起業の潜在意識が存在していることを前提していると解釈できる。事業機会の認知 (PO) と相まって、正の相関を示し、起業の上昇を説明する因子であると考えるのが妥当と考えられる。失敗への恐怖 (FR) が TEA と相関がない諸国の場合には、アントレプレナーシップ独特の将来への期待が希薄であるか、起業そのものが、個人の失敗の恐怖とも、事業機会の認知とも、あまりに自明の関係のために、意識されずに、関係がない可能性を示すのみである。

表4 失敗への恐怖 (Fear of Failure Rate) 単位 (%)

country	2007	2008	2009	2010	2011
Belgium	28	33	28	35	41
Finland	29	23	26	29	32
France	41	52	47	40	37
Germany	34	40	37	34	42
Italy	38	40	45	39	37
Japan	43	51	50	33	42
Netherlands	22	29	29	24	35
Norway	18	25	25	27	41
United Kingdom	34	34	32	30	36
United States of America	27	25	27	28	31

(出所) APS Questionnaire / GEM –Key indicators より筆者作成

表5 失敗への恐怖 (FR) と TEA の相関

country	correl TEA vs FR
Belgium	0.7968
Finland	0.4782
France	0.6134
Germany	0.8398
Italy	0.7883
Japan	0.0372
Netherlands	0.4714
Norway	-0.4414
United Kingdom	0.0000
United States of America	0.4093

(出所) Global Entrepreneurship Monitor – Adult Population Survey (APS)

APS Questionnaire / GEM –Key indicators より筆者作成

表5より、ノルウェー (Norway) のマイナスの相関、イギリス (United Kingdom) と日本 (JP) の相関の低さを除けば、失敗の恐怖は、起業と相関関係にあることが読み取れる。

(5) 事業機会の認知 (Perceived Opportunities)

事業機会の認知 (Perceived Opportunities) は、18-64歳の就労人口のうち、現在、生活しているエリア (国内) で創業の事業機会の認知をしている者の割合である。アンケートであるが、回答者が、事業主や経営者であるか、または雇用者であるかを問わずにとった無差別抽出法による2000名からのアンケート結果である。アントレプレナーシップの有無ならびに、起業家的な生産活動の原動力にかかわる結果となるものとする。

I.M.Kirzner は「利益機会の顕在化」が起業家の潜在的な機能であると位置づけ、それが経済資源の利用に関わる調整という市場機能を補完するとした。本指標は、I.M.Kirzner が指摘するところの起業家的機敏性 (alertness) に由来し、起業家の事業機会の認知 (opportunity-seeking) の機能に根拠をおく。

新規事業の創業はそれ自体、起業家による利潤探索の活動である。起業家的機敏性 (alertness) は、価格を「均等な方向」に向かって動かすだけでなく、ある生産物の生産から、別の生産物の生産へと資源を移動させること (Resorce Allocation) である。市場経済の中で、生産性の低い利用から、より生産的な利用に向かって資源を移動させるこの傾向は、所与の商品価格を均等な方向に移動させるだけでなく、起業家的発見、すなわち、事業機会の認知 (Perceived Opportunities) によって作用によるところが大きい。

表 6 事業機会の認知 (Perceived Opportunities) 単位 (%)

country	2007	2008	2009	2010	2011
Belgium	16	14	15	40	43
Finland	53	50	40	51	61
France	23	22	24	34	35
Germany	20	24	22	28	35
Italy	23	39	30	25	25
Japan	9	8	8	6	6
Netherlands	42	39	36	45	48
Norway	46	39	49	50	67
United Kingdom	39	30	24	29	33
United States of America	25	37	28	35	36

出所) *Global Entrenpreneurship Moniror – Adolt Population Survey (APS)*

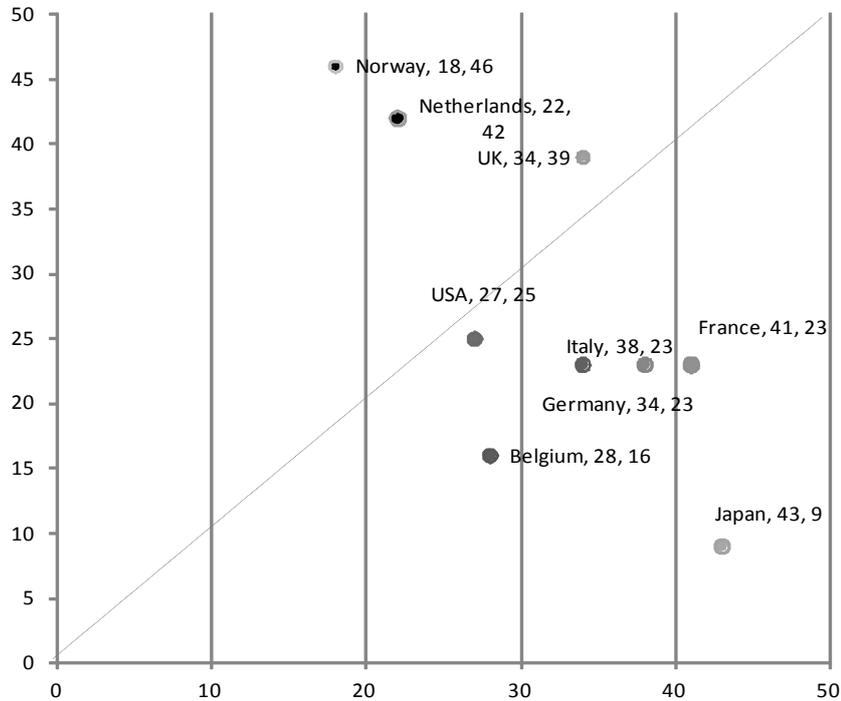
APS Questionnaire / GEM –Key indecators より筆者作成

表 6 および、図 3 に事業機会の認知のデータを示した。フィンランド (Finland)、ノルウェー (Norway) の北欧諸国の値が高く、日本 (JP) の値は、一貫して小さい。

失敗への恐怖 (FR) はさほど先進諸国と差異がなく、TEA の値もヨーロッパ諸国と比較して、違いが微少であるにも関わらず、事業機会の認知を自覚していない。

図 3 に失敗への恐怖 (FR) との関係を示すと、顕著な傾向がある。図 3 に 2011 年の値を Y 軸 (PO)、X 軸 (FR) としてプロットした。分布は、失敗への恐怖 (FR) が高いほど、事業機会の認知 (PO) が小さい。個人のビジネス感知力は、新事業創出の原動力である。リスクとることに積極的でない風土が存在していると、失敗への恐怖 (FR) は助長される。

図3 事業機会の認知 (Y) と失敗への恐怖 (X) の関係および相関



	PO 2007	PO 2008	PO 2009	PO 2010	PO 2011
FR 2007	-0.6413				
FR 2008		-0.7310			
FR 2009			-0.5917		
FR 2010				-0.4715	
FR 2011					-0.2542

	TEA 2007	TEA 2008	TEA 2009	TEA 2010	TEA 2011
FR 2007	0.4594				
FR 2008		0.5380			
FR 2009			0.7639		
FR 2010				0.6290	
FR 2011					0.2613

(出所) *Global Entrepreneurship Monitor – Adult Population Survey (APS)*

APS Questionnaire / GEM – Key indicators より筆者作成

4. まとめ

本稿は、起業家精神（アントレプレナーシップ）に関して、経済学、および経営学の視点から、起業家精神が新規市場へ果たす機能について確認したものである。とり

わけ、オーストリア経済学派の系譜を確認することにより、起業家精神（アントレプレナーシップ）の研究が、市場均衡論と別の系譜、すなわち、市場不均衡の系譜であることに振れた。この確認は、本稿の検証の前段階として、起業家精神（アントレプレナーシップ）に基づく起業家の活動が、新たな事業機会を発見し、市場を発展させる要因となることを確認する目的で行った。この調査によって得られる起業家の活動が、経済学上、あるいは経営学上の系譜に基づくメルクマールとなりうることを確認したものである。起業家精神（アントレプレナーシップ）が、とりわけ、L.v.Mises(1966)の「人間行為」、I.M.Kirzner (1973)の「起業家的機敏性」、との関連を有し、市場を動かす要因となることは、起業家精神（アントレプレナーシップ）が、経済の成長、発展と関係し、現状の経済状況から、より高い利潤機会へ生産者を移動させるメカニズムを持つことを意味する。

事業機会の認知（PO）の値そのものが、TEAへの最も説明力のある検証結果を得られたことは、起業家研究の流れを比較して、矛盾するところない結果となった点において、I.M.Kirznerをはじめ、起業家研究の先達の見識を改めて確認したものである。起業活動と事業活動の認知の関係を示した本稿の検証は、その重要性を再確認するものである。

参考文献

- 1) Drucker P.F (1985) *Innovation and entrepreneurship* (上田敦生訳(2007)『イノベーションと企業家精神』ダイヤモンド社)
- 2) Kirzner, I.M (1973) “*Competition and Entrepreneurship*” (田島義博訳 (1985)『競争と企業家精神』)
- 3) Kirzner, I.M (1997) *How Markets work , Disequilibrium, entrepreneurship and Discoverly* (西村幹夫、谷村智輝訳 (2001)『企業家と市場とはなにか』日本経済評論社)
- 4) Mises, v. L (1966) “*Human Action*” (村田稔雄訳 (2008)『ヒューマンアクション』春秋社)
- 5) Schumpeter , J.A (1926) *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*
(塩野谷祐一、中山伊知郎、東畑精一訳 (1977) 『経済発展の理論 (上)』 岩波文庫)
- 6) Schumpeter , J.A (1926) *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*
(塩野谷祐一、中山伊知郎、東畑精一訳 (1977) 『経済発展の理論 (下)』 岩波文庫)
- 7) Storey, D..J (2004) *Understanding the Small Business Sector*
(忽那憲治, 安田武彦, 高橋徳行 訳 (2004)『アントレプレナーシップ入門』 有斐閣)
- 8) 亀川雅人(2006)『資本と知識と経営者』(創成社)
- 9) 亀川雅人(2009)「経営環境の国際比較と企業家精神」『立教ビジネスレビュー』 第2号 , pp.37-48.