

起業家行動の調査研究*

村杉 健・林 茂樹

知的財産学部 知的財産学科
(2007年4月17日受理)

An Investigation of the Entrepreneurship

by

Ken MURASUGI, Shigeki HAYASHI

Department of Intellectual Property, Faculty of Intellectual Property

(Manuscript received April 17, 2007)

Abstract

In order to analyze entrepreneur behavior, we sent out questionnaires to more than 350 venture presidents, and collected 137 answers. Based on the analysis results of these 137 questionnaires, four vital characteristics of entrepreneurship is selected out; self-actualization, search for meaning, ability to act and human networking. For the purpose of achieving the aim of self-actualization and search for meaning, an entrepreneur sets up their business. They accomplish their aims utilizing their ability of action and human networking. The success of new ventures depends on not only a business plan and business models, but also motivation and human nature of the entrepreneur.

キーワード:アントレプレナー,ベンチャー,起業家行動,自己実現,意味探求,行動力,人間関係

Keyword: motivation, activity, business model, entrepreneur, self-actualization, human networks

* 2007年企業家研究フォーラム春季研究会で発表(2007年3月10日 大阪産業創造館)

1. はじめに

「起業は人なり」である。起業の成否は、ビジネスプランよりも起業家の人間性に係っている。つまり、資金や設備、ビジネスプランやビジネスモデルも大切であるが、起業家の成し遂げようというモチベーションがもっと重要なのである。¹⁾この調査は、7年前に行った「ベンチャー・ビジネス・マインドの調査」をベースにしたもので、起業家の人間性をチェックする「起業家行動に関する調査」である。

この調査は、村杉研究室と林研究室の共同研究であり、起業家育成のコンテンツを求める目的とベンチャー経営と起業家との関係を求める目的で実施した。調査の対象と方法を表1に示す。

表1 調査の対象と方法

Table 1 Subject and method of this search

	調査対象	人数	調査方法
村杉調査	各商工会議所の会員企業	49	各商工会 10 通合計 120 通を配布依頼
	関西ニュービジネス協会	20	メールや Fax で承諾をもらい郵送
	大阪自己啓発セミナー	8	参加起業家に直接調査
林調査	日本政策投資銀行関連の出・融資先	10	調査票 230 通を郵送し 60 通を回収した
	就職ナビの優良ベンチャー	50	
合計		137	

村杉調査は、関西を中心に大阪、神戸、姫路、川西、西宮、尼崎、伊丹、守口・門真、池田、京都、東大阪などの商工会に 120 通ほど配布してもらい 49 通回収した。林調査は、関東を中心として日本政策投資銀行関連の出・融資先企業や、就職ナビの優良ベンチャー²⁾を対象に 230 通ほど郵送し 60 通回収した。回収データ合計 137 は、当初の調査目標である関西 100・関東 100 に対し低い回収状況であ

る。ヒヤリングから、この低い回収率は個人情報保護法の影響と考えられた。それゆえ回答者は、学術研究のために個人情報を提供したオープンマインドの傾向がある人たちと思われる。

村杉データには、関西ニュービジネス協会の会員企業を、ホームページで調べて起業家に直接アクセスし、アンケートに答える承諾をもらって調査票を郵送したものや、大阪自己啓発セミナー参加の起業家に、直接配布して調査したものを含んでいる。これら調査方法の多様性は、標本調査におけるランダム性に反しており、データ抽出方法に問題がある。

2. 単純分析

単純集計(各質問の選択肢毎の全データ 137 人に対する%)の結果を表2に示す。これらの中で 60%以上の大きな値に注目し考察する。

(1) 回収データの特徴

データの 48% (2000-2004 年 37%と 2005 年以降 11%の計)は 2000 年以降の起業で、1999 年以前 52%であり、新旧の起業がほぼ半々である。データの 56%は 29 人以下の小規模で、製造業は 11%と少なく 情報・通信(26%) 販売・サービス(40%)の業種が合わせて 66%と多い。独立型の起業が 65%と多く、元の勤務先と関係した起業の スピリアウト型(15%) スピノフ型(20%)は合わせて 35%と少ない。起業時の資本金は 1 千万円以上が 43%で 300~999 万円が 32%である。その 83%は自己資金であり、64%が株式会社、22%が有限会社であり、会社組織が 86%と多く企業組合は無い。会社の所在地は関東 53%、関西 39%、その他 7%であり、事業成功度の大中小は 15・54・30%で、69%が中程度以上の成功をしている。これらから回収データの特徴として、製品開発を主とした R&D ベンチャーよりも、IT ベンチャーや第三次産業のニュービジネスが多いデータと推察できる。

表 2 単純集計の結果

Table 2 Result of simple totaling

(単位：%)

質問項目					質問項目				
Q1 創業年度	52	37	11		Q26 クリエイティブ	2	33	65	
Q2 従業員数	56	29	15		Q27 ヘリコプターマインド	2	35	63	
Q3 業種	11	26	40	23	Q28 リスクティキング	23	33	44	
Q4 起業形態(独立型等)	65	15	20		Q29 ビジネスチャンス	4	18	38	40
Q5 起業資本金	16	9	32	43	Q30 イノベーション	6	54	40	
Q6 資本金の内訳	83	9	3	5	Q31 プレゼンテーション	12	61	27	
Q7 企業形態(株式会社等)	64	22	0	14	Q32 独自性	15	19	67	
Q8 起業前の勤務経験	7	15	23	55	Q33 保守性	44	23	33	
Q9 ビジネスプラン	11	54	35		Q34 ワーカーホリック	8	30	61	
Q10 ビジネスモデル	12	46	42		Q35 E Q (自己中心性等)	19	47	35	
Q11 血縁者の起業	53	13	35		Q36 I T の利用度	11	25	64	
Q12 過去の起業の経験	11	9	80		Q37 L P C (対人志向性等)	27	44	29	
Q13 現在の成功度	30	54	15		Q38 パートナーシップ	16	28	55	
Q14 経営戦略ブランド	40	31	28		Q39 オーナーシップ	22	23	54	
Q15 目標グローバル	46	28	26		Q40 謙譲心	8	71	21	
Q16 コアコンピタンス	43	24	33		Q41 シーズとニーズ	24	34	41	
Q17 専門知識の学習	13	9	59	20	Q42 ビジョン	22	29	49	
Q18 学習の内容	22	30	48		Q43 人的ネットワーク	17	26	57	
Q19 知的財産権の活用	60	27	13		Q44 マーケティング	22	51	28	
Q20 起業の経済的動機	28	34	38		Q45 性別	9	91		
Q21 人間関係動機	48	31	21		Q46 年齢層	15	64	21	
Q22 自己実現動機	10	26	63		Q47 学歴層	28	11	61	
Q23 意味探求動機	10	29	60		Q48 家族構成	18	19	49	13
Q24 行動力	2	38	60		Q49 関東・関西	53	39	7	
Q25 マネジメント	38	39	23		Q50 村杉・林	56	44		

(2) 起業の背景 - 教育や経験

年齢は 35～54 歳の中高年層が 64%と多く、起業前の勤務経験が 10 年以上の人は 55%、起業は初めての人が 80%である。学歴は 大卒・院卒が 61%であるが、起業について大学等教育機関で学んだ人(大学 13%と その他 9%の計)が 22%と少なく、 独学(勤務経験自体)で学んだ人が 59%と多い。その内容は 理系 22%で、 文系が 48%、

文理融合が 30%である。本データには技術系が少なく、教育よりも長い経験を背景に中高年で初めて起業し、約 7 割の人が中程度以上の成功を収めていると回答した。³⁾

(3) 起業家の性格

データの 91%が男性であり女性は少ない。Q35 わがまま・がんこな人が 35%、Q40 他人に優しく自分に厳しい人が 21%、Q28 リスクをチャンスと

考える楽道家は 44%である。Q37 対人志向性の強い高 LPC 者(LPC とは Least Preferred Coworker のことで、苦手な協働者を受容する人は対人認知能力が高いとされる)が 29%、Q31 話上手な人は 27%である。これらには大きな数字がなく、起業家の性格に大きな特徴があるとはいえない。⁴⁾

(4) 起業家の能力

Q26 創造力(独創性)のある人は 65%、Q27 本質や将来性に対する洞察力のある人は 63%、Q32 他人と違うことがしたいという独自性(自己主張)のある人は 67%である。Q30 新規性・進歩性のあるイノベティブな人は 40%、Q42 ビジョン明確性(リーダーシップ)のある人は 49%、マネジメント能力は Q25 スピード優先 38%、Q14 効率経営 40%である。これらの後半、イノベーション、リーダーシップ、マネジメントに大きな数字はなく、前半に大きな数字があり、起業家には独創性・洞察力・独自性に大きな特徴があるといえる。

(5) 起業家行動の特徴

Q24 行動力が旺盛な人は 60%で、Q34 ワーカーホリックは 61%である。Q31 プレゼンテーションは 27%、Q33 保守性が強い人は 44%で革新的な人は 33%である。ここでも後半よりも前半に大きな数字がみられ、行動力がありハードに働くことが、起業家行動の大きな特徴といえる。⁵⁾

(6) 起業家の人間関係

家族は核家族(49%)と大家族(13%)で 62%、夫婦のみが 19%、独身が 18%である。Q11 血縁者の起業は 53%で、非血縁も合わせ起業の手本のある人は 66%であり、Q38 重要なパートナーがいる人は 55%、Q43 人的ネットワークの利用者は 57%である。これらより、少なからず起業には人間関係が関係しているといえる。⁶⁾

(7) 起業の動機

Q39 オーナーシップは 54%、Q20 金儲けなどの経済的動機は 38%、Q21 他人の勤めや共同者など人間関係動機は 21%であまり高くない。一方、

Q22 サクセス志向などの自己実現動機は 63%、Q23 社会のために役立ちたいなどの意味探求動機は 60%でかなり高い。起業の動機は自己実現や意味探求が強いと考えられる。⁷⁾

(8) 起業の市場性

Q16 独自の売りコアコンピタンス(中間 24%含)がある人は 57%、Q29 成功確率・見込が 60%以上(60・70%の 38%と 80・90%の 40%の計)だった人は 78%、Q41 シーズプッシュ型は 24%に対しニーズプル型は 41%、Q44 市場情報把握が 50%以上(50-75%の 51%と 75%以上の 28%の計)だった人は 79%、Q14 ブランド経営の人は 28%で、Q25 品質第一の人は 23%である。起業の市場性は高いがブランド志向は低いといえ、さらに深い市場ニーズの掘り起こしが必要である。⁸⁾

(9) 起業家の経営性

Q9 ビジネスプラン計画性大は 35%、Q10 ビジネスモデル明確性大は 42%である。Q14 経営戦略は効率経営が 40%でブランド経営が 28%である。Q15 経営目標はローカルが 26%で、グローバルが 46%、中間のグローバルが 28%である。Q19 知的財産権の活用(中間 27%含)は 40%だが、Q36 IT の利用(中間 25%含)は 89%である。IT ベンチャーが多いので IT 利用度は高いが、総じて起業家の経営性はあまり高くない、知的財産権の活用は低い。ビジネスプランやビジネスモデルについて、もう一段のレベルアップが必要である。⁹⁾

(10) 単純分析のまとめ

単純分析によるデータの全体的な特徴は、3 つに分けられる。その第一は、外面的特徴であり、今回のデータには第三次産業の小規模な IT ベンチャーやニュービジネスが多く、資本金は 300 万円以上の自己資金による会社組織が多いこと、また、教育によらず長い経験によって、中高年で初めて起業した人が多いことなどの特徴がある。第二は内面的特徴であり、今回のデータの起業家は、独創性と洞察力と独自性が強く、仕事中毒になるほど行動力があり、

経済的動機よりも自己実現や意味探求の動機によって起業し、少なからず人間関係に依存しているという特徴である。第三は、それらの中間的な特徴であり、IT 利用度や市場性に富むが、経営性は高くなく知的財産権の活用が低いという特徴である。

3. 比較分析

比較分析の結果を表 3 に示す。村杉と林のデータは、調査方法が異なるため差異があると考えられる。大差(27%以上*印)のもの 11 項目をピックアップして比較する。パーセントを比較して差があるといえるかどうかは Z 検定による。Z 検定とは、次式の Z 値が 2 以上の時 5%有意(信頼度 95%)であり、3 以上の時 1%有意(信頼度 99%)である。

$$Z = |P_x - P_y| / \sqrt{P(1-P)(1/N_x + 1/N_y)} \quad \text{ただし、}$$

$$P_x = x/N_x \quad P_y = y/N_y \quad P = (x+y) / (N_x + N_y)$$

$$\text{次の計算より、} X = |P_x - P_y| =$$

$$3 \sqrt{50 \times 50 (1/77 + 1/60)} = 3 \times 8.7 = 26.1$$

x : 村杉データ各質問の肯定的回答数

y : 林データ各質問の肯定的回答数

N_x : 村杉調査のデータ数

N_y : 林調査のデータ数

P_x : 村杉データ各質問の肯定的回答数の%

P_y : 林データ各質問の肯定的回答数の%

どの程度の差があれば 1%有意であるか求めると、27%以上の差が大差であるといえ、8%以内なら差がないと考えても良いことが分かった。

林データは村杉データに比べて、従業員 29 人以下が少ない、情報・通信業が多い、起業資本金 1 千万円以上が多い、株式会社が多い、起業前の勤務経験が 10 年以上の人が少ない、目標はグローバル企業が多い、IT の積極的利用が多い、重要なパートナーのいる人が多い、大卒・大学院卒が多い、ほとんど所在地が関東である、などの点において違いが顕著である。これらは調査対象や方法の違いに依るものであり、単純分析の結果から出たデータの外面

的特徴をさらに強く特色づけたといえる。

一方、単純分析において注目値する大きな数字で起業家の特徴としたものには、大きな差のないものが多く見られる。上述のように両データに大差があるにもかかわらず、これら大差のないもの(8 パーセント未満 = 印)は、環境状況に左右されない起業家の条件と考えられる。それらは独立型ベンチャー、資本金内の自己資金、ビジネスプラン計画性、初めての起業、事業の成功度中間、勉強は独学(勤務経験自体)、起業の自己実現動機が強い、行動が旺盛である、事業の成功確率、自己中心、ビジョンの明確性、人的ネットワークの利用、性別、中高年層、核家族などの 15 項目である。

これら大差のない項目もほとんど林データの方が高い値であるし、印のない 9~26%の差がある他の項目もほとんど林データが高い値である。関東(中央)の日本政策投資銀行関係と、就職ナビにおける優良ベンチャーの起業家である林データは、関西地方の商工会の支援を受けている普通の起業家である村杉データよりも、多くの点で優れているといえる。

上述の 15 項目はコンテキスト(関連因子)とコンテンツ(内容因子)に分けることが出来る。コンテキストは周縁的要因であり、独立型、資本金、計画、経験、成功度、独学、成功確率、性別、年齢、家族などの 10 項目である。一方、コンテンツはより本質的な要因であり、自己実現、行動力、自己中心性、ビジョン、ネットワークなどの 5 項目である。コンテンツは起業家にとって「なくてはならない絶対条件」と考えられ、コンテキストは「あればさらに良い促進条件」といえる。従って、起業の自己実現動機が強い、行動が旺盛である、わがまま・がんこ(自己中心性)である、ビジョンの明確性、人的ネットワークの利用の 5 項目が、他の 10 項目に対して、より本質的な起業の条件と考えられる。

表3 比較分析の結果

Table 3 The result of comparison analysis

(単位：%)

Q	回答項目 / 調査方法比較	村杉 / 林	Q	回答項目 / 調査方法比較	村杉 / 林
1	2000-2004年の起業	29 / 48	26	独創性に富む	57 / 73
2	従業員 29 人以下	72 / 37 *	27	洞察力に富む	51 / 75
3	情報・通信業	11 / 45 *	28	リスクテイキング(楽道家等)	38 / 47
4	独立型ベンチャー	66 / 63 =	29	事業の成功確率(見込み等)	75 / 78 =
5	起業資本 1 千万円以上	25 / 67 *	30	革新性(イノベティブ等)	32 / 48
6	資本金内の自己資金	82 / 85 =	31	プレゼンテーション中間	66 / 53
7	株式会社	47 / 85 *	32	独自性(自己主張したい等)	58 / 75
8	起業前勤務経験 10 年以上	67 / 40 *	33	保守性(ルールは守る等)	49 / 37
9	ビジネスプラン計画性中	54 / 55 =	34	ワーカーホリック	54 / 70
10	ビジネスモデル明確性大	34 / 52	35	自己中心(わがまま・がんこ等)	33 / 37 =
11	血縁者の起業	47 / 58	36	ITの積極的利用	45 / 87 *
12	初めての起業	76 / 83 =	37	対人志向性大(高LPC者)	20 / 37
13	事業の成功度中間	57 / 50 =	38	重要なパートナーが居る	39 / 72 *
14	ブランド経営	24 / 33	39	オーナーシップが強い	62 / 42
15	目標はグローバル企業	30 / 67 *	40	謙讓心(自分に厳しい)中間	64 / 77
16	コアコンピタンスが有る	25 / 43	41	ニーズブル型起業	37 / 47
17	勉強は独学(勤務経験自体等)	62 / 55 =	42	ビジョンの明確性大	45 / 52 =
18	勉強の内容は文系	43 / 52	43	人的ネットワークの利用	53 / 60 =
19	知的財産権の活用は低い	70 / 47	44	市場情報の把握 50%以上	85 / 67
20	起業の経済的動機が強い	43 / 30	45	男性	87 / 93 =
21	人間関係動機が強い	14 / 28	46	35 ~ 54 歳の中高年層	61 / 67 =
22	自己実現動機が強い	61 / 65 =	47	大卒・大学院卒	42 / 82 *
23	意味探求動機が強い	55 / 67	48	核家族	46 / 50 =
24	行動が旺盛である	58 / 62 =	49	関東・関西以外の地域	1 / 87 *
25	仕事はスピード優先	29 / 50	50	林調査	0 / 100 *

4. 相関分析

(1) 相関分析について

単純分析や比較分析は、対象自体の特徴に大きく影響される。今回の調査のようにデータが少ない場合はなおさらである。比較分析で明らかのように、関西各市の商工会に所属する起業家と関東の優良ベンチャーの起業家には歴然とした差がある。その大

差の中でも差がない項目を本質的な起業の条件としたが、この分析にも多少のムリがある。そのような対象の違いによる影響を少なくした分析が相関分析である。

この相関分析は、属性相関分析(カイ二乗²分析)である。この分析は、ある質問項目と他の項目のクロス集計によって、カイ二乗値(²値)を求め

る方法である。 χ^2 値が大きいほど相関が強い、関係性が高いことを表すが、その統計的判断はカイ二乗検定によるものであり、3X3 のクロス表の場合、1%有意は 13.28 以上、5%有意は 9.48 以上の χ^2 値である。1%有意と 5%有意は危険率のことであり、逆に 100%から引いた%、1%有意の時は 99%、5%有意の時は 95%が信頼度を表す。

(2)事業成功度との相関

Q13 事業の成功度と他の項目との相関分析の結果を表 4 に示す。これによると有意なもの 4 つだけであり、信頼度の高い 1%有意の相関「従業員数」1 つと、5%有意の相関「ニーズプル型の起業」「起業形態」「マネジメント」の 3 つである。それらを図示すると図 1・2・3・4 のようになる。

図 1 によると成功度小の従業員規模小は 70%だが、成功度大の場合は 25%であり、成功度大は規模中(30~99 人)と規模大(100 人以上)の計が 75%である。これにより組織が大きくなれば事業の成功

度が大きいと感じることが分かる。

図 2 によるとアイデアに押されたシーズプッシュ型起業は成功度と相関せず、市場ニーズに引っ張られたニーズプル型起業が相関し、成功度小と成功度大ではニーズプル型が 30~40%であるが、成功度大は 80%近くになっている。これは本データが R&D ベンチャー(製造業)が少ないことも関係していると考えられるが、R&D 型起業でも市場ニーズに応えなければ成功しないともいえる。¹⁰⁾

図 3 によると元の勤務先企業との関係があり、スピンアウトした人やスピンオフ(社内ベンチャー)した人は成功度大のほぼ半分である。そして、そうした関係企業のない独立型の起業者は成功度と逆相関であり、独立型は成功度が大きくなるにつれ減っている。本データに独立型が多いことを考慮すれば、この逆相関はもっと強いかもしれない。

図 4 によると仕事はスピード優先か品質優先かというマネジメントの特色において、逆相関の傾向が

表 4 事業成功度との相関分析の結果

Table 4 Correlation analysis with success

質問項目	χ^2 値	質問項目	χ^2 値	質問項目	χ^2 値
Q1 創業年度	7.9	Q18 学習の内容	4.56	Q33 保守性	3.6
Q2 従業員数	<u>13.68</u>	Q19 知的財産	1.94	Q34 働き中毒	7.41
Q3 業種	3.2	Q20 経済的動機	0.8	Q35 自己中心性	3.61
Q4 起業形態	<u>10.83</u>	Q21 人間関係動機	1.27	Q36 IT の利用	9.07
Q5 資本金	5.33	Q22 自己実現動機	2.82	Q37 対人志向性	7.49
Q7 企業形態	3.49	Q23 意味探求動機	4.22	Q38 パートナー	8.81
Q8 勤務経験	1.47	Q24 行動力	9.02	Q39 オーナー	2.31
Q9 ビジネスプラン	8.31	Q25 マネジメント	<u>10.54</u>	Q40 謙譲心	4.71
Q10 モデル	2.11	Q26 創造力	2.93	Q41 ニーズプル	<u>13.24</u>
Q11 血縁者の起業	6.43	Q27 洞察力	2.83	Q42 ビジョン	3.7
Q12 起業経験	3.4	Q28 楽天性	4.5	Q43 ネットワーク	5.28
Q14 経営戦略	3.91	Q29 成功確率	0.42	Q44 市場情報把握	7.11
Q15 経営目標	2.69	Q30 革新性	3.64	Q46 年齢層	2.19
Q16 コンピタンス	5.65	Q31 プレゼン	3.95	Q47 学歴層	6.11
Q17 教育	8.67	Q32 独自性	6.38	Q48 家族構成	1.98

ある。これは管理レベルにおいて、スピード優先よりも品質優先の方のレベルが高いという仮定の下での逆相関であるが、品質優先の人の成功度大はゼロである。成功度大の60%以上がスピード優先であり、管理レベルの仮定が誤りでマネジメントは、スピード優先が大切で、品質優先はストラテジー(経営戦略)とすべきかもしれない。

以上の相関分析の結果、起業はシーズプッシュ型よりニーズプル型が成功し、独立型の起業よりも関連企業関係の起業が成功し、マネジメントは品質優先よりもスピード優先の方が成功していることが分かった。この場合、成功とは従業員数が多くなることである。

(3) 知的財産活用との相関

21世紀になってグローバリゼーションやメガコンペティションにより、企業の知的財産活用が生き残るために重要な課題となっている。このことは起業にとっても例外でない。現代の起業家には知的財

産の活用が必要である。表5に知的財産活用との相関分析の結果を示す。これによれば1%有意な相関は「経営目標」と「業種」の2つであり、5%有意な相関は「ニーズプル型起業」「資本金」「イノベーション」「ビジネスモデル」の4つである。

表4と5をくらべて、表4よりも表5の方に大きな数字が多いことが分かる。これは知的財産活用が起業に多くの点で関係すること、すなわち、知財活用が起業に重要な事項であることを表す。有意な相関の6つを図5・6・7・8・9・10に示す。

図5によれば、経営目標がグローバル(世界)をめざす起業家は、50%以上の人が知的財産を活用しているが、ローカル(地方)をめざす人は、その90%近くが知的財産を活用していない。世界も地方もというグローバルな人も、その50%の起業家が知的財産を活用している。知的財産活用は、グローバリゼーションと関係が深いとの表れである。

表5 知的財産活用との相関分析の結果

Table 5 Use of IP and correlation analysis

質問項目	² 値	質問項目	² 値	質問項目	² 値
Q1 創業年度	0.95	Q17 教育	4.06	Q33 保守性	3.21
Q2 従業員数	4.98	Q18 学習の内容	1.48	Q34 働き中毒	5.29
Q3 業種	<u>16.39</u>	Q20 経済的動機	0.41	Q35 自己中心性	2.54
Q4 起業形態	1.18	Q21 人間関係動機	2.99	Q36 ITの利用	9.31
Q5 資本金	<u>11.27</u>	Q22 自己実現動機	2.13	Q37 対人志向性	1.89
Q7 企業形態	6.00	Q23 意味探求動機	4.12	Q38 パートナー	6.10
Q8 勤務経験	3.78	Q24 行動力	2.02	Q39 オーナー	0.70
Q9 ビジネスプラン	3.75	Q25 マネジメント	3.40	Q40 謙譲心	6.70
Q10 ビジネスモデル	<u>9.68</u>	Q26 創造力	5.96	Q41 ニーズプル	<u>13.02</u>
Q11 血縁者の起業	6.03	Q27 洞察力	3.34	Q42 ビジョン	3.84
Q12 起業経験	8.52	Q28 楽天性	3.29	Q43 ネットワーク	2.94
Q13 事業成功度	1.94	Q29 成功確率	5.50	Q44 市場情報把握	1.35
Q14 経営戦略	3.39	Q30 革新性	<u>10.24</u>	Q46 年齢層	6.94
Q15 経営目標	<u>18.78</u>	Q31 プレゼン	6.29	Q47 学歴層	4.58
Q16 コンピタンス	7.64	Q32 独自性	4.99	Q48 家族構成	4.04

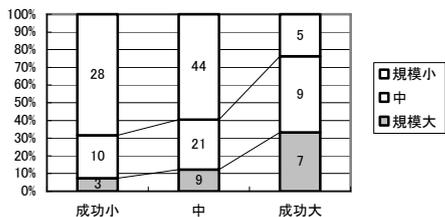


図1 成功度と従業員数
Fig. 1 Employ number and success

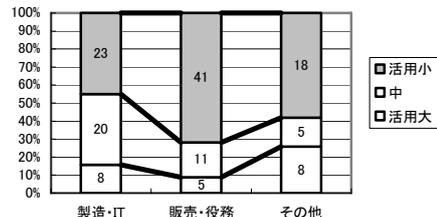


図6 業種と知財活用
Fig. 6 Use of IP and industry

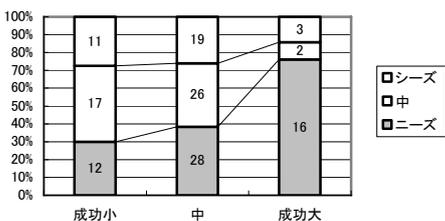


図2 成功度とニーズプル型起業
Fig. 2 Neez pull and success

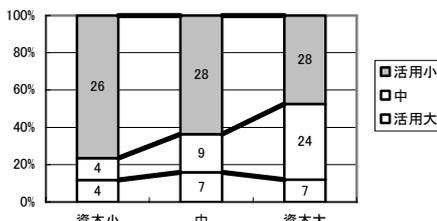


図7 資本金と知財活用
Fig. 7 Use of IP and Capital

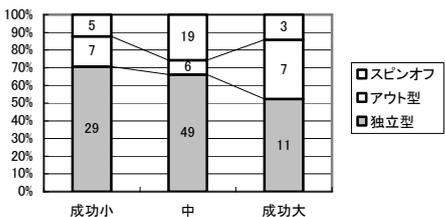


図3 成功度と起業形態
Fig. 3 Start up form and success

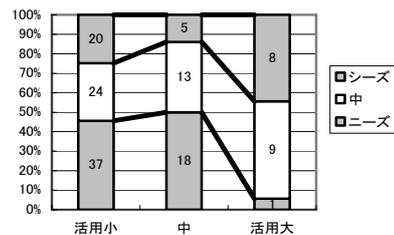


図8 知財活用とニーズプル型起業
Fig. 8 Use of IP and needs pull

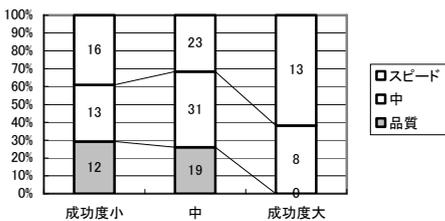


図4 成功度とマネジメント
Fig. 4 Management and success

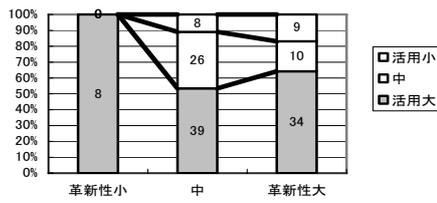


図9 知財活用と革新性
Fig. 9 Use of IP and innovation

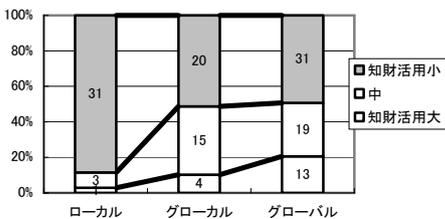


図5 経営目標と知財活用
Fig. 5 Use of IP and business objection

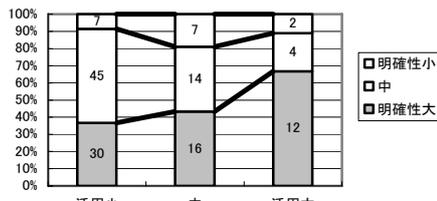


図10 知財活用とビジネスモデル
Fig. 10 Use of IP and Business Model

図 6 によれば、製造業と IT ベンチャーを含めた技術関係の起業家たちは、その 50%以上の人々が知的財産を活用しているのに対し、販売・サービス業の人たちは 70%が知財を活用していない。その他の業種の起業家たちは、それらの中間である。技術と知的財産権の結びつきが強い(特許権が中心)と考えられる。

図 7 によれば、起業時の資本金が小さい起業家は知財活用が 20%程度であり、資本金が大きくなるにつれ増えて、資本金が大きいと回答した人は 50%以上が知財を活用している。知的財産活用と起業時資本金の相関は高いとみられる。

図 8 によれば、知財の活用大でニーズプル型起業の人は 1 人だけである。データは少ないが、活用大の 40%以上がシーズプッシュ型起業である。図 6 から技術と知財の関係が強いこと(特許)を考えると、技術(シーズ)で起業し特許で保護し独占的にビジネスを展開することが知財活用大であるケースが想定できる。

図 9 によれば、革新性小の起業家は 100%の人が知財活用大であり、革新性の中と大の人は知財を活用していない人が 30%以上である。革新性(イノベーション)と知財活用の相関はマイナスであるかもしれない。

図 10 によれば、知財活用大の人は 70%近くがビジネスモデルの明確性大であり、知財を活用していない人のビジネスモデル明確性大はその半分である。ビジネスモデルの明確性と知財活用は相関している。

以上より、知的財産活用はグローバリゼーション、資本金やビジネスモデル明確性と相関するが、業種によって差があり販売・サービス業より製造・IT 業の方の知財活用が大きい。それを反映してかニーズプル型起業よりも、シーズプッシュ型起業の方が知財を活用している。また、イノベーションと知財活用は逆相関の傾向があるが、これは革新性が大きければ権利活用しなくても、他の模倣や追従を免れるからであろう。ともかく表 5 より起業において知

的財産の活用が重要であることは、大きな相関値が多いことに表れている。

5. おわりに

単純分析で明らかのように、R&D ベンチャーが少なく、IT ベンチャーやニュービジネスが多い、というデータ特性における範囲の中での起業の条件なのであるが、起業家は独創性と洞察力と独自性が強く、仕事中毒になるほど行動力があり、経済的動機よりも自己実現や意味探求の動機によって起業し、少なからず人間関係に依存して、IT 利用度や市場性に富むことが抽出された。

また、比較分析から村杉・林データの違いにもかかわらず、それらを超越した共通項として自己実現、行動力、自己中心性、ビジョン、人的ネットワークが本質的に重要なコンテンツであることがいえた。さらに、成功度との相関分析から起業において、シーズプッシュ型よりニーズプル型が、独立型より関係型が、品質優先型よりスピード優先型が成功していること、成功度を従業員数が増えることで確認することがいえた。また、知財活用との相関分析からは、現代の起業にとって知的財産の活用が重要課題であることがいえた。にもかかわらず現代の起業家たちが、知的財産への対応に遅れていることもうかがえた。

急成長し組織が大きくならなくてはベンチャーとはいえないから、成功と組織拡大の相関分析の結果は妥当といえるが、比較分析において成功度や成功確率はコンテキストと考えられた。これは、短距離走において「スタートアップ」と「最初の加速」が重要なように、市場性や経営性(知的財産活用)についての相関分析の結果は「最初の加速」に当たる促進要因であろう。それゆえ、スタートアップ時の本質的条件は単純分析と比較分析に共通すること、すなわち、自己実現、意味探求(自己中心・独自性・独創性)、行動力、人間関係の 4 つであり、これが

起業の絶対条件たるコンテンツと考えられる。

起業家たちは、自己実現や意味探求(価値の追求)という目的を持ち、自らの行動力と人間関係の利用を手段として、起業をスタートアップさせるものと思われる。

参考文献

- 1)池ノ上直隆, 宮 光男;「起業家の条件」ビジネス社, 1997.
- 2)黒崎 誠;「起業家の条件」平凡社, 2006.
- 3)ニュービジネス研究所;「25 歳起業論」東洋経済新報社, 2000.
- 4)古田龍助;「ベンチャー起業の神話と現実」文真堂, 2002.
- 5)DJ ストーリー, 忽那・安田・高橋訳;「アントレプレナーシップ入門」有斐閣, 2004.
- 6)田中史人;“成熟化社会に向けた企業家精神とイノベーション”, 大平義隆編;「変革期の組織マネジメント」同文館, 2006.
- 7)村杉 健;「起業家行動論 - アントレプレナーシップ研究」税務経理協会, 2006.
- 8)池田武俊;“産業連携と大学の技術移転戦略”「工業経営研究」Vol.20,pp.17-27, 2006.
- 9)福田正義編;「ベンチャー創造のダイナミクス」文真堂, 2000.
- 10)高橋徳行;「起業学の基礎 - アントレプレナーシップとは何か」勁草書房, 2005.

付録[調査票]

起業家の行動に関する調査 2006

ベンチャービジネスの成否は、ビジネスプランよりも起業家の人間性に係っているといたします。

この調査の目的は、起業家を育てるための教育プログラムに必要なコンテンツを求めることや、金融機関が出資する時に起業家の人間性の如何なる要因をチェックすべきかを求めることです。起業家の皆さんに、ぜひご協力をお願いします。調査結果の統計表を送りますので、裏面に住所・氏名をお書きください。この個人情報、学術的研究のためのみ使用し、守秘義務を遵守します。

大阪工業大学 知的財産学部教授 村杉 健・林 茂樹

各質問ごとに、あなたの起業行動に近いものをひとつだけ選んで をしてください。

Q 1.創業年度は、 1999 年以前、 2000-2004 年、 2005 年以降

Q 2.従業員数(パートタイマーなど非正規社員も含)は、 29 人以下、 30~99 人、 100 人以上

Q 3.業種は、 製造業、 情報・通信、 販売・サービス、 その他

Q 4.起業の形態は、

独立型、 スピアウト型(元の勤務先との関係が薄い)、 スピンオフ型(元の勤務先との関係が強い)

Q 5.起業時の資本金は、 99 万円以下、 100-299 万円、 300-999 万円、 1000 万円以上

Q 6.資本金の中で%が最も大きいのは、

自己資金(共同出資含む)、 民間資金(民間の金融機関等)、 公的資金、 その他

Q 7.企業形態は、 株式会社、 有限会社、 事業組合や企業組合など、 その他

Q 8.あなたの起業前の勤務経験は、 ゼロ、 5 年未満、 5~9 年、 10 年以上

Q 9.ビジネスプランは綿密に計画しましたか、

計画していない、 計画したが綿密でない、 綿密に計画した

Q10.ビジネスモデルは明確ですか、

不明確である、 普通のものだから明確だ、 独自のモデルで明確だ

Q11.親・親類や身近の人に起業した人がいますか、 血縁にいる、 非血縁にいる、 いない

Q12.過去の起業の経験は、 失敗の経験がある、 成功の経験がある、 起業は初めてである

Q13.現在のあなたの事業の成功度はどの程度でしょうか、 成功度小、 中間、 成功度大

Q14.現在の経営戦略は、

どちらかといえば効率的経営、 中間、 どちらかといえばブランド経営

Q15.目標としては、(グローバル)

一応世界(グローバル)をめざしている、 中間、 地域(地場産業)をめざしている

Q16.あなたの事業において他社にない独自の売りもの(コアコンピタンス)がありますか、

他社には少ないと思う、 中間、 他社には絶対にはないと思う

Q17.起業か経営か技術か何かそれに類似した勉強をしましたか、(専門知識)

大学・大学院でした、 それ以外の教育機関、 独学(勤務経験自体)、 していない

Q18.勉強したことや内容は、 どちらかといえば理系、 文理融合、 どちらかといえば文系

Q19.経営を有利にするため知的財産権(特許権・商標意匠権・著作権など)を活用していますか、

あまり活用していない、 少し活用している、 積極的に活用している (知的財産)

Q20.あなたの起業に「金儲け・一旗あげる・家族に楽をさせる」など経済的動機がありましたか、

あまりない、 少しある、 たいへん強い動機だった (経済的動機)

Q21 あなたの起業に「人のすすめや共同者など」の人間関係による動機がありましたか、

あまりない、 少しある、 たいへん強い動機だった (人間関係)

Q22 あなたの起業に「自分の夢の実現、成功したい、一流になりたくない」等の動機がありましたか、

あまりない、 少しある、 たいへん強い動機だった (自己実現)

Q23 あなたの起業に「社会に役立ちたい・価値があることをしたい」等の動機がありましたか、

あまりない、 少しある、 たいへん強い動機だった (意味探求)

Q24 あなたは「じっとしているのは苦手だ、考えるより行動してしまう」方ですか、(行動力)

考え込んで行動が遅い、 中間、 行動が旺盛である

Q25 あなたはスピード(仕事の速さ)とクオリティ(仕事の質)のどちらを優先しますか、(マネジ)

質がよくても期限切れではダメだ、 中間、 少し遅れても質が良い方がいい

Q26 あなたは発想が進歩的で新しいアイデアに富む方ですか、(クリエイティブ)

あまりアイデアが出ない、 アイデアは出るが進歩的でない、 独創的アイデアがよく出る

Q27 あなたは物事の本質や将来を見通す眼力はどうですか、(ヘリコプターマインド)

あまりない、 ふつう、 人より勝っている

Q28 あなたはリスク(危険や危機)をどのように考えますか、(リスクテイキング)

リスクは出来るだけ避ける(慎重派)、 中間、 リスクはチャンスと考える(楽道家)

Q29 あなたは起業する時に今の事業の成功確率をどの程度に考えましたか、(ビジネスチャンス)

20・30%、 40・50%、 60・70%、 80・90%

- Q30 あなたは古いものはどんどん捨て去り新しいことをどんどん取り入れる方ですか、(イノバ)
古いものも捨てられず貯まってしまう、 中間、 古いものは捨てどんどん新しくする
- Q31 あなたは相手の言葉を押さえて自分が話すことが多い方ですか、(プレゼンテーション)
相手の話をじっと聞いて話す機会を失う、 中間、 気がつくと自分が話している
- Q32 あなたは他人と同じことをするのはイヤであり人と違うことがしたい方ですか、(独自性)
人と同じでも気にならない、 中間、 人と違う自分の個性を主張したい
- Q33 あなたは義務や社会のルールは法律でなくても厳守する方ですか、(保守性)
ルールを守ることはあたりまえだ、 中間、 ルールは人が作ったのでケースバイケース
- Q34 あなたは寝る間を惜しんで仕事をしたり相当にハードなことでも疲れを感じないですか、
ストレスに強くない、 中間、 人からタフだといわれる (ワーカーホリック)
- Q35 あなたは人から「わがままだ」「がんこだ」といわれますか、(EQ)
あまりいわれない、 少しいわれる、 よくいわれる
- Q36 あなたはeコマース・eビジネス・インターネットなどIT技術を利用していますか、(IT)
あまり利用していない、 少し利用している、 積極的に利用している
- Q37 いままでペアを組んで何かした中で一番苦手だった人の評価をしてください、(LPC)
その人はその何かが下手だった、 どちらでもない、 苦手だったがその人は好きだった
- Q38 あなたに片腕となるようなパートナーがいますか、(パートナーシップ)
いない、 らしき人がいる、 重要な人物がいる
- Q39 あなたは「一国一城の主になりたい・自分の会社をもちたい」という意識が強いですか、
あまりない、 少しある、 この意識はかなり強い (オーナーシップ)
- Q40 あなたの日ごろの態度は次のどちらですか、(謙譲心)
自分には甘く人に厳しい、 中間、 人にやさしく自分に厳しい
- Q41 あなたの起業はシーズとニーズを比べるとどちらが強いですか、(シーズとニーズ)
アイデア(シーズ)で押していった、 中間、 ビジネスチャンス(ニーズ)が引っ張った
- Q42.あなたは起業時に事業の目標やビジョンを明確にしていたか、(ビジョン)
あまり明確にしていない、 中間、 たいへん明確にしていた
- Q43.あなたは起業の成功のために人的ネットワークをつくり利用しましたか、(ネットワーク)
あまり利用していない、 中間、 よく利用していた
- Q44.あなたは起業時に市場の情報をどの程度つかんでいましたか、(マーケティング)
だいたい25~50%、 だいたい50~75%、 だいたい75%以上
- Q45.あなたの性別は、 女、 男
- Q46.あなたの年齢は、 34歳以下、 35~54歳、 55歳以上
- Q47.あなたの学歴は、 中・高卒、 高専・短大・専門学校卒、 大学・大学院卒
- Q48.あなたの家族は、 独身、 夫婦のみ、 核家族、 大家族
- Q49.事業所の住所は、 関西、 関東、 その他
- Q50.調査方法は、 村杉調査、 林調査