

Title	日本のスタートアップ成長阻害要因の分析に基づくナラティブストーリーの提案及び実験的検証
Sub Title	Proposal and experimental verification of narrative stories based on an analysis of growth inhibitors for startups in Japan
Author	谷川, 祥太郎(Tanigawa, Shotaro) 矢向, 高弘(Yakō, Takahiro)
Publisher	慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
Publication year	2024
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2024年度システムデザイン・マネジメント学 第601号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40002001-00002024-0043

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

日本のスタートアップ成長阻害要因の分析に
基づくナラティブストーリーの提案及び実験
的検証

谷川 祥太郎
(学籍番号：82333354)

指導教員 矢向 高弘

2025 年 3 月

慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
システムデザイン・マネジメント専攻

論 文 要 旨

学籍番号	82333354	氏 名	谷川 祥太郎
論 文 題 目： 日本のスタートアップ成長阻害要因の分析に基づく ナラティブストーリーの提案及び実験的検証			
(内容の要旨) 政府からスタートアップ 5 か年計画が発表され、日本国内におけるベンチャーを生み育てる取り組みが一層加速している。一方で、米国や中国などから生み出されるスタートアップの勢いと比較すると様々なデータも示している通り未だ後れを取っている状況だ。投資金額の規模、税制、人材の流動性など様々な要因が指摘されている中で、筆者は起業家や起業家候補群ではなく、起業家無関心層にあたる一般の人々が挑戦心やチャレンジ心を削ぐような風潮、環境、文化にこそ問題があると考えた。そのため、起業家候補群に対する起業家教育を行うだけでなく、起業家を取り囲む起業家無関心層こそ起業家マインドを持つべきだとして本研究を進めてきた。 本研究では、そのような思考に至ったプロセスを整理して仮説を立て、これを検証するために 2 つの取り組みを行っている。1 つ目は、起業家マインドというあいまいなものを定量的・統計的手法を用いて、起業家無関心層でも活用することができる 5 つの因子を特定したことである。2 つ目は、1 つ目で特定された起業家マインドを向上させるために、自己理解・自己内省を通じた自分軸構築シート、通称「ナラティブストーリー」のツールの開発・提案を行い実験的検証から有効性、妥当性を確認したことである。 目的 1 つ目の因子分析で特定できた起業家マインドは、因子①：決して諦めずにやりぬく、因子②：興味関心があるものにはリスクを恐れない、因子③：自然と人と繋がれる、因子④：将来は希望だ、因子⑤：他者の喜びが自分の喜びという 5 つの因子を確認できた。因子②のリスクをとる中でも興味関心があるものという条件が付いている点や、因子⑤の利他の精神が必要という点は先行研究とは異なるユニークなポイントであろう。 目的 2 つ目の起業家マインドを向上させるために行ったことは、既に一般的に多く行われている起業家の講演やピッチ大会のような外的情報に触れるアプローチではなく、過去の自分自身の経験を意味あるものに変換する内省的な思考により、自身の内側に存在する、価値やスキル、起業家のように振舞う最初の一步までを導出することを目指した自分軸構築シート（ナラティブストーリー）を開発した。ナラティブストーリーの利用前後で起業家マインドの因子である 5 つの因子すべてにおいて向上することを確認でき、その中でも因子②と因子⑤は t 検定を行った結果、有効性も確認することができた。			
キーワード (5 語) 起業家マインド、起業家教育、ナラティブアプローチ、自己理解、自己肯定感			

SUMMARY OF MASTER'S DISSERTATION

Student Identification Number	82333354	Name	Shotaro Tanigawa
Title Proposal and Experimental Verification of Narrative Stories based on an Analysis of Growth Inhibitors for Startups in Japan			
Abstract The government has announced a startup 5-year plan, accelerating efforts to faster ventures domestically. However, despite various initiatives, the momentum of startups originating from countries like the United States and China remains formidable, as evidenced by several data points. In the midst of various identified factors, the author believes that support for entrepreneurs and education for potential entrepreneurs are essential. Furthermore, the author asserts that the entrepreneurial mindset should not only be cultivated among entrepreneurs but also among those indifferent to entrepreneurship, who surround entrepreneurs. In this study, I clearly outline the process that led to this line of thinking and conducted two main initiatives. The first initiative was to quantitatively and statistically visualize the ambiguous concept of the entrepreneurial mindset, and to identify five factors that can also be utilized by those indifferent to entrepreneurship. The second initiative involved developing and proposing a tool called the "Narrative Story," a self-framework construction sheet designed to enhance the entrepreneurial mindset through self-understanding and self-reflection. Experimental verification confirmed its effectiveness. Through factor analysis, the entrepreneurial mindset was categorized into five factors: 1: Perseverance and never giving up, 2: Taking risks for something of personal interest, 3: Natural ability to connect with others, 4: Optimism for the future, 5: Altruism, where others' joy brings personal happiness. To enhance the entrepreneurial mindset, I adopted an approach distinct from commonly employed methods, such as attending entrepreneurial lectures or pitch competitions. Instead, I developed the Narrative Story, a self-framework construction sheet designed to derive a starting point for acting entrepreneurially from internal values and skills. This was achieved through reflective thinking that transforms past personal experiences into meaningful insights. After using the Narrative Story, I observed improvements across all five identified factors of the entrepreneurial mindset. Among these, Factor 2 and 5 were statistically tested, confirming their effectiveness.			
Keyword(5 words) Entrepreneurial mind-set, Entrepreneurial education, Narrative approach, Self-awareness, Self-confidence			

目次

第1章	序論	8
1.1	研究背景	8
1.2	研究目的	14
1.3	本論文の構成	16
第2章	先行研究及び本研究のアプローチ	17
2.1	先行研究の論考・考察と課題	17
2.2	本研究のアプローチ	25
第3章	起業家マインドの定量化	26
3.1	起業家マインド特定アプローチ	26
3.2	起業家マインドの特定	31
第4章	起業家マインド向上ツール（ナラティブストーリーシート）の提案 40	
4.1	開発背景	40
4.2	起業家マインド向上ツール（ナラティブストーリーシート）の開発プロ セス 42	
第5章	起業家マインド向上ツール（ナラティブストーリーシート）の実験と 有効性の検証	46
5.1	実験方法	46
5.2	実験実施	52
5.3	有効性検証	54
5.4	妥当性確認と課題	55
第6章	結言	59
6.1	結論	59
6.2	研究の限界	60
6.3	今後の展望	60
謝辞		61
参考文献		62

Appendix

● 起業家マインド調査票一覧	67
● 自分軸構築シート有効性検証調査票	88
● 起業家マインド調査結果基本情報	98
● ナラティブストーリーワークシート	100
● 自分軸構築シート有効性検証実験結果の基本情報	103

図目次

図 1-1: 日経平均株価の変遷(Bloomberg「【コラム】失われた 30 年が変えた日本、進化し次の時代へ」から引用)	9
図 1-2: 日本のスタートアップへの投資推移(経済産業省「スタートアップファイナンス研究会」より引用)	10
図 1-3: 諸外国含めた開業率推移(中小企業庁「2022 年度版 中小企業白書」より引用)	11
図 1-4: 起業が望ましい選択と回答した割合(GEM「Adult Population Survey」をもとに内閣官房「スタートアップに関する基礎資料集」の「起業を望ましい職業選択と考える人の割合」より引用)	12
図 1-5: 起業家が増えない理由(「ベンチャー白書 2021」をもとに内閣官房「スタートアップに関する基礎資料集」の「日本で起業家を増やすには何が必要か」より引用)	13
図 1-6: 起業家が増えない、育たない構造仮説	14
図 2-1: 起業家イベント理論(Shapero and Sokol(1982)に基づき作成)	18
図 2-2: 計画的行動理論(Ajzen(1991)に基づき作成)	19
図 2-3: 起業家教育の取り組み(中小企業庁より引用)	21
図 2-4: 広義の起業家教育と狭義の起業家教育	22
図 2-5: The Entrepreneurship Competence Framework	23
図 2-6: 日本と諸外国の起業家教育の違い: 日本と諸外国の起業家教育の違い	24
図 3-1: 起業家マインド測定項目まとめ	27
図 3-2: 起業家マインド導出調査設計概要	29
図 3-3: 起業家マインド調査票(一部)	30
図 3-4: 回答者の男女比	31
図 3-5: 回答者の年代比と度数	32
図 3-6: 回答者の職業度数	32
図 3-7: 因子分析に基づき導出した因子構造	34
図 3-8: 信頼性係数	35
図 3-9: 因子間の相関関係	35
図 3-10: 起業家マインド 5 つの因子	37
図 4-1: 起業家マインド向上ツール開発背景まとめ	41

図 4-2: 自分軸構築シートアーキテクチャー	43
図 4-3: エフェクチュエーションの 5 つの特徴	44
図 4-4: ナラティブストーリーの活用ステップ	45
図 5-1: ナラティブストーリーワークシート（深掘りし価値観を導出する） .	47
図 5-2: ナラティブストーリーワークシート（過去の体験・出来事を洗い出す/ 夢中になっていたこと）	47
図 5-3: ナラティブストーリーワークシート（過去の体験・出来事を洗い出す/ 無理なく出来ていたこと）	48
図 5-4: ナラティブストーリーワークシート(過去の体験・出来事を洗い出す/尊敬して いた人・キャラクター)	48
図 5-5: ナラティブストーリーワークシート(過去の体験・出来事を洗い出す/思い通り にいかずに苦しかったこと)	49
図 5-6: ナラティブストーリーワークシート(価値観をもとに「Day0」を導出する)	49
図 5-7: 自分軸構築シート有効性検証調査票（一部）	51
図 5-8: 性別・年代図 5-7	52
図 5-9: 職業・所属会社規模.....	53
図 5-10: 事前事後比較実験結果	54
図 5-11: t 検定における検定結果	55
図 5-12: 実験協力者コメント（一部）	57

第1章 序論

第 1 章では、本研究に取り組む背景を政府の各種政策、取り組み、それに伴う民間企業の動向、先行研究などを引用しながら説明したのち、目的と本論文における構成の説明を行う。

1.1 研究背景

「失われた 30 年」。Japan as No.1 と称され、ソニーやパナソニックなどの成長が著しい企業は、世界から研究対象として注目を浴び、憧れ、追いつき追い越される存在だった。しかし、1990 年代初頭から日本経済のバブル崩壊から始まり、以降 2024 年 3 月まで、日本人が自信を失い続けた期間は長かった(図 1-1: 日経平均株価の変遷(Bloomberg「【コラム】失われた 30 年が変えた日本、進化し次の時代へ」から引用))。他方、アメリカでは IT テクノロジーを活用し、世の中のライフスタイルを変革し、指数関数的な成長を遂げていた GAFAM (Google・Amazon・Facebook・Apple・Microsoft の頭文字略語)をはじめとした IT 新興企業がアメリカ S&P の平均株価を爆発的にけん引し、中国では BATH (Baidu・Alibaba・Tencent・Huawei の頭文字略語)のように、世界一の人口を相手にしたマーケットを開拓することで、世界を席巻するスタートアップが多数誕生してきた。更に世界に目を向けると、ヨーロッパや東南アジアの中でも目覚ましいスタートアップ企業が世の中の常識や風潮を覆すような企業が多く生み出されてきた。

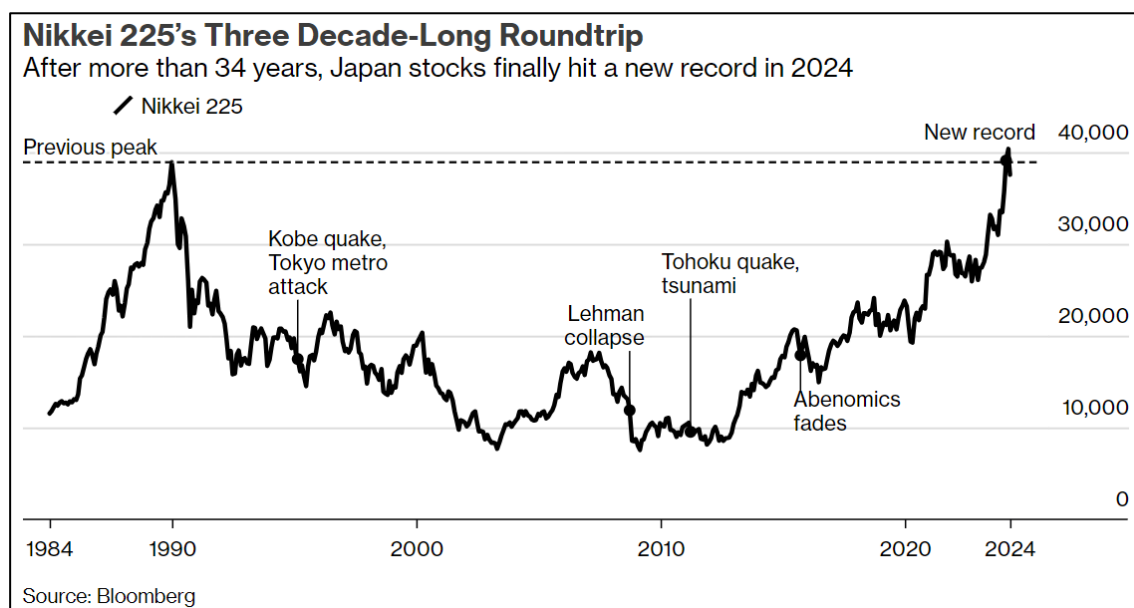


図 1-1: 日経平均株価の変遷 (Bloomberg「【コラム】失われた 30 年が変えた日本、進化し次の時代へ」から引用)

2022 年日本政府は、スタートアップが、社会的課題を成長のエンジンに転換して、持続可能な経済社会を実現する、まさに「新しい資本主義」の考え方を体現する起爆剤とした「スタートアップ育成 5 か年計画」を発表した(2022)。これまでスタートアップを必要としながらも、本格的な取り組みは後手に回っていた政府において、日本にスタートアップを生み育てるエコシステムを創出し、戦後以来の第二の創業ブームを実現するために、大きな目標を掲げたことは歴史を振り返っても驚くべきことだと考える。更に計画の中では、目標を達成するためには、官民が一致協力して取り組むことが重要だとしている。

「スタートアップ育成 5 か年計画」で目標と掲げられているのは、創業の「数」(開業数)のみではなく、創業したスタートアップの成長すなわち「規模の拡大」にも同時に着目していることが表面的な数だけでなく、本質的な活性化を目指している点はこれまでとは異なる特徴的な点である。それらを実現するために、創業数と創業したスタートアップの規模の拡大を包含する指標として注目されていることが、スタートアップへの投資金額である。ここ直近は特に投資金額が雪だるま式に積みあがっている状況が続いている。2013 年では 907 億円の投資額が 2022 年では 9,459 億円と約 10 倍に拡大している(図 1-2: 日本のスタートアップへの投資推移(経済産業省「スタートアップファイナンス研究会」より引用))が、5 年後の 2027 年度には 10 倍を超える規模の 10 兆円規模とすることを大きな目標に掲げて、官民一体で取り組むこと

を決めている。そして、将来的には、設立 10 年以内の評価額が 10 億ドル(日本円で 1000 億円以上)を超える、未上場企業を指すユニコーン企業を 100 社創出し、スタートアップを 10 万社創出することにより、我が国がアジア最大のスタートアップハブとして世界有数のスタートアップの集積地になることを目指している。(2024)

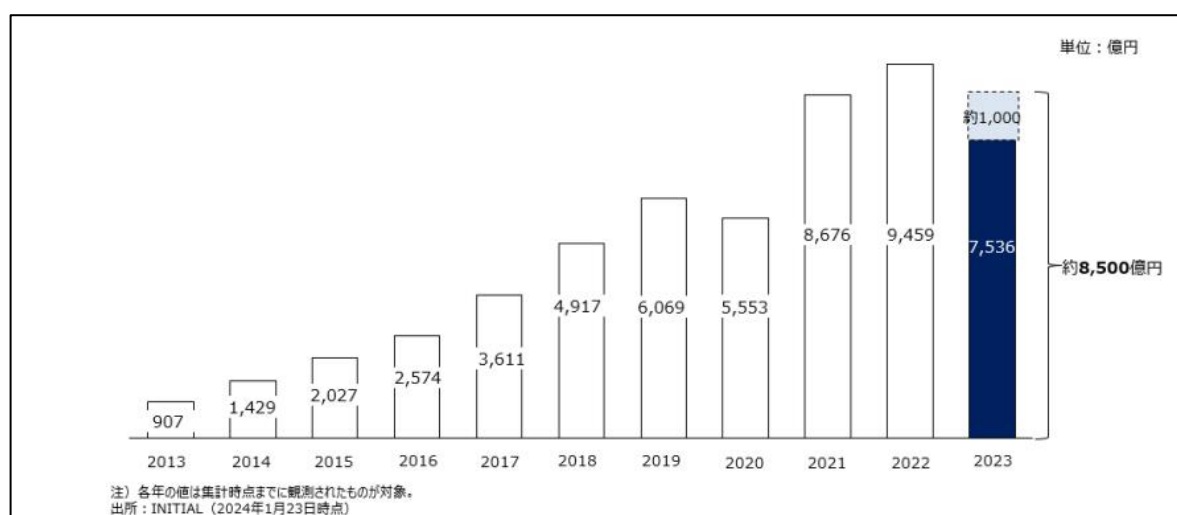


図 1-2: 日本のスタートアップへの投資推移(経済産業省「スタートアップファイナンス研究会」より引用)

政府をはじめとした日本機関における意気込みや目標は煌びやかな一方で、現状の様々なデータや業界の人々の声を聞くと、まだまだ諸外国と比較しても後れを取っていると考える。スタートアップの真骨頂でもある創造的破壊の指標とされている一つとして、企業の参入率・退出率の平均が高い国ほど一人当たりの経済成長率が高く、だからこそスタートアップの方が付加価値創造への貢献度が高いと「スタートアップ育成 5 か年計画」などの中でも政府は述べている。ただし、この経済成長率を示す指標である、開業率を見てもアメリカ 9.2%、イギリス 11.9%の中で日本は 5.1%と低迷し(図 1-3: 諸外国含めた開業率推移(中小企業庁「2022 年度版 中小企業白書」より引用))、廃業率においてもアメリカ 8.5%、イギリス 10.5%に対して日本は 3.3%と上昇する気配もなく、圧倒的に低い水準が数十年間も続いている状況であることから、いかに日本においてスタートアップが数の側面からも誕生していないかを読み取れることができる(2022)。また、スタートアップの指数関数的な成長を遂げていくためのエンジンであり、創造的破壊を世の中にもたらせるためには多くの資金が必要となる、VC による投資額においてもアメリカ、中国が数十兆円レベルでの投資に対して、日本の投資額

は前述のとおり未だ1兆円にも達していない状況を考えるとまだまだ目標には程遠いことは言うまでもなく、現状に対する本格的な取り組みの見直しを必要とすることが多数存在している状況である。

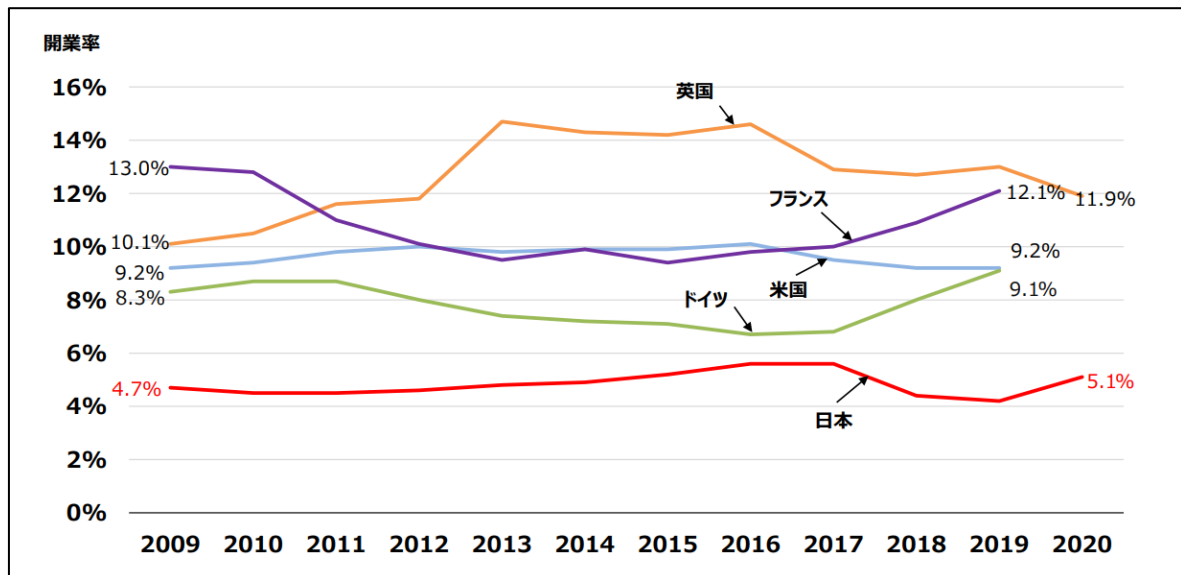


図 1-3: 諸外国含めた開業率推移(中小企業庁「2022 年度版 中小企業白書」より引用)

さらには、スタートアップなどの起業活動が国家経済に及ぼす影響について、各国のデータを用いて長年調査を行っている Global Entrepreneurship Monitor (GEM) によると、各国の起業活動の活発さを表す指標として用いている「総合起業活動指数 (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity :TEA)」においては、日本は 50 か国中下位 3 番目に位置付けており、低水準の位置にいる。また、起業を望ましい職業選択だと考える人の割合は中国が 79.3%、アメリカが 67.9%に対して日本は 24.6%と先進国・主要国の中でも最も低く、日本においては起業家という職業選択は身近ではないというのが一般的な捉え方だと言えるだろう(2022)。(図 1-4: 起業が望ましい選択と回答した割合 (GEM「Adult Population Survey」をもとに内閣官房「スタートアップに関する基礎資料集」の「起業を望ましい職業選択と考える人の割合」より引用))

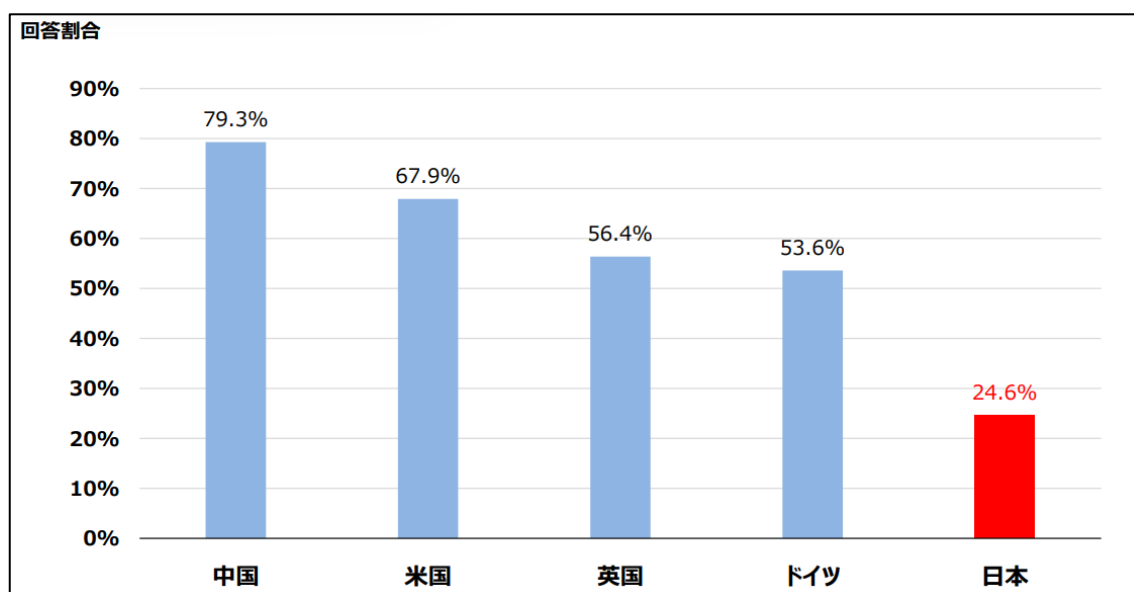


図 1-4: 起業が望ましい選択と回答した割合 (GEM「Adult Population Survey」をもとに内閣官房「スタートアップに関する基礎資料集」の「起業を望ましい職業選択と考える人の割合」より引用)

なぜ、ここまで日本では起業という選択が遠い位置に存在するのだろうか。一般社団法人ベンチャーエンタープライズセンター「ベンチャー白書 2021」をもとに政府が発表した資料(図 1-5: 起業家が増えない理由(「ベンチャー白書 2021」をもとに内閣官房「スタートアップに関する基礎資料集」の「日本で起業家を増やすには何が必要か」より引用))によると、起業家を増やすには「意識・風土・風潮」が 60%、「再チャレンジ・セーフティネット」が 58%となっており、起業家本人が新しいアイデアを創出することや、努力によって世の中に創造的破壊を企てていくようなチャレンジの機会が少ないというよりも、起業家を取り囲む人物や環境がボトルネックとなっていることを示唆していると考え(2022)。更に、視点を起業家のみならず起業という選択を将来的に持続的に増やしていくために、未来の重要な候補群である若者というカテゴリーにも目を向ける必要がある。こども家庭庁が毎年実施している我が国のこども・若者とアメリカ、ドイツ、フランス、スウェーデンなどの諸外国とのこども・若者(年齢対象は各国満 13 歳から満 29 歳までの男女としている)の意識を比較することを目的とした調査においては、「私は、自分自身に満足している」、「自分には長所があると感じている」の項目が諸外国と比較しても特筆して低く、自己肯定感の低さが際立っている(2023)。実際に、若者の起業家に関する意識を研究している石黒(2020)が高校生を対象としたアンケート調査では、日本の若者は起業家やベンチャー企業に対して総じてポジティブなイメージを持っているものの、起業をキャリアの選択として捉えているわけではないようだ。経

営の不安定さや自身の能力不足などの決定要因により、自分に自信が持てていない自己肯定感の低さから、自分にはできないと思っているとも述べている。起業家を増やしていくためには世の中の起業に対する意識や風土を変え、例え失敗したとしても再チャレンジを積極的に促していく必要がある中で、将来を担う若者たちが自分自身に満足できておらず長所があると感じられていない状況は、ますます風潮を変えていくことやチャレンジに対してしり込みしてしまう人が増えていってしまうのではないかと危惧される。

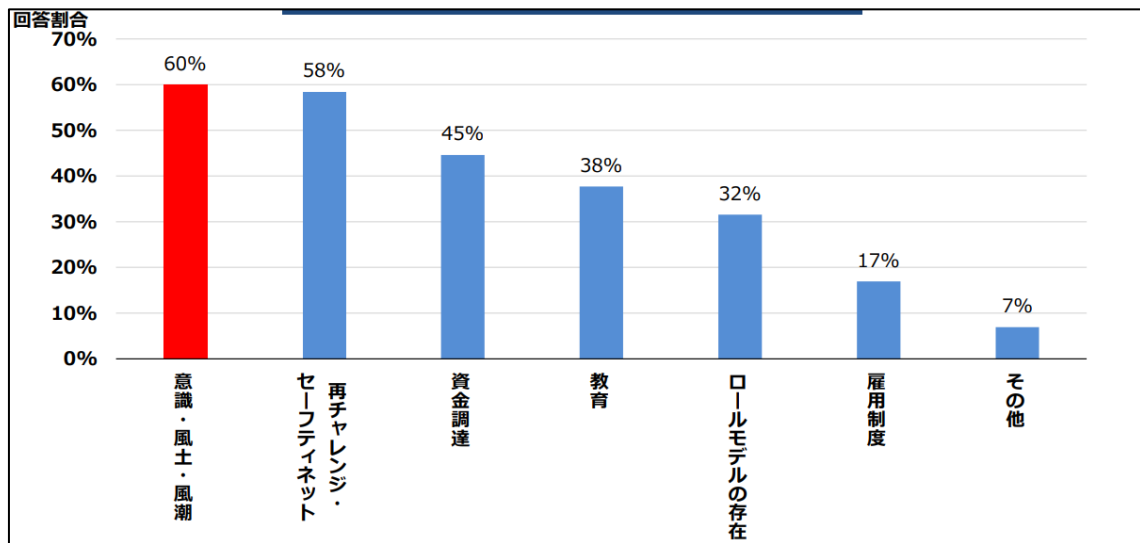


図 1-5: 起業家が增えない理由(「ベンチャー白書 2021」をもとに内閣官房「スタートアップに関する基礎資料集」の「日本で起業家を増やすには何が必要か」より引用)

1.2 研究目的

これまで説明してきた通り日本は諸外国と比較しても、日本人の起業に対する意識・風土・風潮はいわば、チャレンジする人や挑戦する人を応援、支援しづらいと捉えることができる。陳(2005)が調査した「もし、貴方の親友が倒産寸前で貴方に助けを求めてきた時、援助する方法を一つ選んでください」という設問に対して、中国の人は「アイデアを出す」、「役立つ人を紹介する」といったどうにかしてでも継続できるように支援することや再チャレンジさせるような項目が大きかった一方で、日本の人は「現実を受け止めようと説得する」が一番多く、失敗の状況を見るとすぐにでも辞めさせ、再チャレンジを回避するような状況を鑑みると、日本は中国などと比較しても、起業家が生まれづらい、育ちづらい環境であり、意識・風土・風潮が足かせになっているということが間違いなく符合していることがここでも伺える。

このような状況を整理していくと、起業家が諸外国と比較しても選択されないあるいは増えない構造要因が存在する。それは、起業家や起業家に関心のある層がセーフティネットなど設け、チャレンジをしづらい状況を見てリスクが大きいと感じることはこれまで様々な場面で述べられてきていると考えるが、更に問題なのは、起業に対して無関心であり、起業家や起業家候補層のような挑戦する人を支援することや応援することができない「起業家無関心層」が大きく影響しているのではないかと本研究では考えた。(図 1-6: 起業家が増えない、育たない構造仮説)

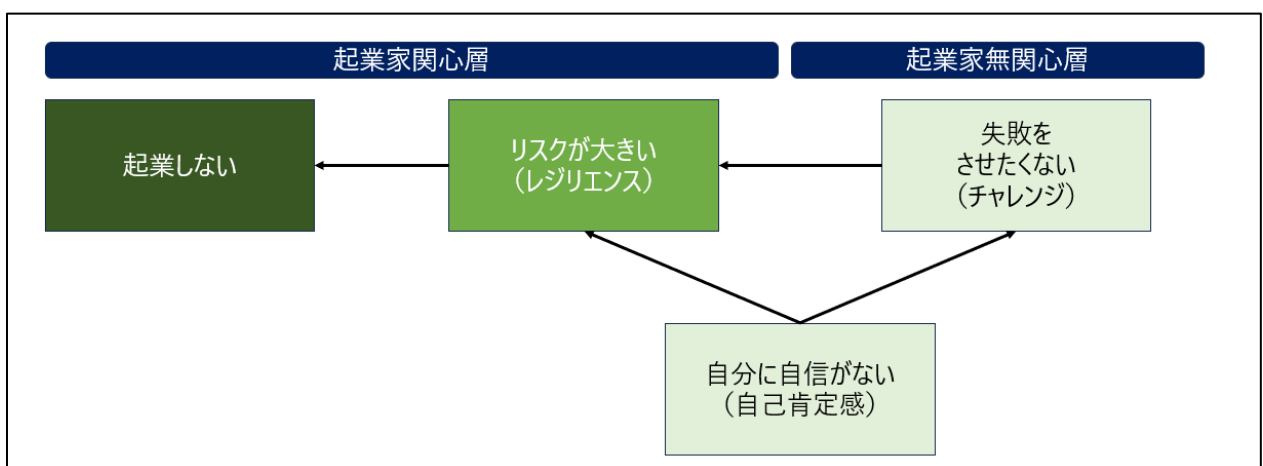


図 1-6: 起業家が増えない、育たない構造仮説

このような状況を前提に、起業家関心層を増やすために重要なこれまでの起業家教育に目を向けてみると、学生向けのものが多く、川名(2014)によれば、日本では1990年代から多くの学部・大学院教育に起業家教育カリキュラムが組み込まれていることが一般的だと言われている。特に近年では、行動重視型のプロジェクト学習(PBL)形式のプログラムが多く導入されており、起業のためのアイデア創出や、起業に必要な「実践的知識・スキル」の習得を目的としていることが多い。一方で、今回本研究で焦点を当てている起業家無関心層への起業家教育が手薄なことや、彼らを対象とした研究は少ない。

また、スタートアップを生み育てる活動は必ずしも起業という選択肢だけではない。大企業を中心とした企業が内部と外部の知識や技術を積極的に活用し、イノベーションの創出と市場展開を促進するアプローチでオープンイノベーションという考え方がある。企業の内部だけではなく、スタートアップなどの外部機関と連携、連動しながら新しいものを作っていくことがますます求められてきている。また、企業の中で新規事業アイデアを募り一定の審査を通過すると会社から資金を提供され、起業家のようにリスクを取りながら組織の中において社内起業家として活動を行う人(イントレプレナーシップ)も増えてきており、スピナウトして実際に起業するケースも存在してきている。このような、オープンイノベーションやイントレプレナーシップのような必ずしも起業という選択だけでなく、組織の中にも起業家のような振る舞いやマインド、志向性が今後ますます重要になっていくことは言うまでもない。だからこそ、本研究において、起業家無関心層に焦点を当てることが必要だと考えたのも、起業家無関心層が起業家を理解することはもちろん、必ずしも起業という選択だけではなく起業家のようにふるまい、活動することは、経済や企業の持続的な成長には欠かせない変化や新規事業の創出がいたるところで必要となる時代においては、非常に意義のあるものと考えたからである。

これらを踏まえ、今回本研究は、大きく2つの目的がある。1つ目は、起業家マインドというあいまいなものを定量的・統計的に可視化するとともに、起業家や起業家関心層だけでなく起業家無関心層でも利用できるものを提示することである。そして2つ目は、1つ目で提示した起業家マインドを向上させるために、起業家無関心層に対して自己理解・自己内省を通じた自分軸構築シート、通称「ナラティブストーリーシート」の開発・提案を行い、その有効性を検証することである。

1.3 本論文の構成

本論文の構成について説明する。

1 章の序論では、研究の背景として近年政府の各種政策において活発化されてきている一方で、日本における起業家の活動環境やアメリカ、中国などの諸外国と比較した際に日本が後れを取っていることを述べた。そのうえで、起業家が増えない構造仮説を定義し、起業家無関心層にアプローチすることの必要性を研究の目的とともに提示した。

2 章では、起業家マインドや起業家意思(起業家マインド)向上の先行研究を取り上げ、起業家マインドを起業家無関心層でも活用できるように定量的に示すことと、起業家マインドを向上させるために内省的アプローチがこれまでにない研究となることを述べる。また、本研究におけるアプローチ手法も提示する。

3 章では、起業家マインドを特定したアプローチを明記して、定量的調査を実施したのち、統計的手法を用いて有効性を確認する。

4 章では、起業家マインドを向上させるために起業家マインド向上シート(ナラティブストーリーシート)の開発プロセスと構造、アウトプットとなるツールを提示する。

5 章では、起業家マインド向上シート(ナラティブストーリーシート)を活用した実験方法を示し、向上するか否かの介入実験を行った後に、有効性を統計的に検証し立証する。

6 章では、本研究における結論を述べるとともに、研究における限界や今後の展望を述べる。

第2章 先行研究及び本研究のアプローチ

第2章では、起業家マインドと起業家意思向上における先行研究や政策などの論考・考察について紹介し、各論考における整理を行った後、本研究の新規性や研究に取り組む意義について述べる。また、本研究で行った2つの取り組みに対して研究のアプローチを明示し、どのように立証していくかの手法を提示する。

2.1 先行研究の論考・考察と課題

起業家マインド

起業家という言葉を辞書(広苑辞 第7版 岩波書店)で調べると、「起業家(きぎょうか):新しい事業を始める人、事業を企画・開始し、経営する人」と定義されている。世の中には存在しない新しいコトやモノを起こし、形にする人を指している。また、英語辞典(Oxford English Dictionary)を引用すると、「Entrepreneur : A person who sets up a business or businesses, taking on financial risks in the hope of profit」と定義されており、「新しい事業(或いは複数の事業)を起こす」までは日本語の定義と変わらないものの、「利益を期待して、財務的なリスクを冒すこと」という部分は英語圏ならではの表現であり、起業はリスクを伴うものだ」と定義されていることが分かる。但し今回、明らかにしたいと考えている「起業家マインド」というものの定義は多くの辞書には存在せず、一般的には造語的な扱いであることや抽象的な表現として使われていることが多い模様だ。

一方で起業家マインドや起業家精神などのような形で述べられている論文はいくつか存在する。個人の起業意思の有無を判断することを目的に、Shapero and Sokol(1982)は「起業家イベント理論(Entrepreneurial Event Model)」を提唱している。起業家イベント理論とは、個人が考えたビジネスアイデアに対して自身が「知覚的に望ましさ(魅力的であると思える)」、「行動性向(信用できる、肯定的に捉え自発的に行動できる)」、「知覚された実現可能性(実現可能であると信じることができる)」、を得た場合に起業意思が生まれるとしている。特に、「行動性向(信用できる、肯定的に捉え自発的に行動できる)」を重要視しており、起業意思に直接的な影響を与えるだけでなく、ほかの因子と起業意思との間の調整変数として機能すると主張している。財務的なリスクを冒しているからこそ様々な不安や思いがけない逆境が発生する中で、起業

意思を持つにあたり自分自身の行動や考えを肯定し、信じていることができるかという自己効力感を持つことの大切さを説いている。(図 2-1:起業家イベント理論(Shapero and Sokol(1982)に基づき作成))

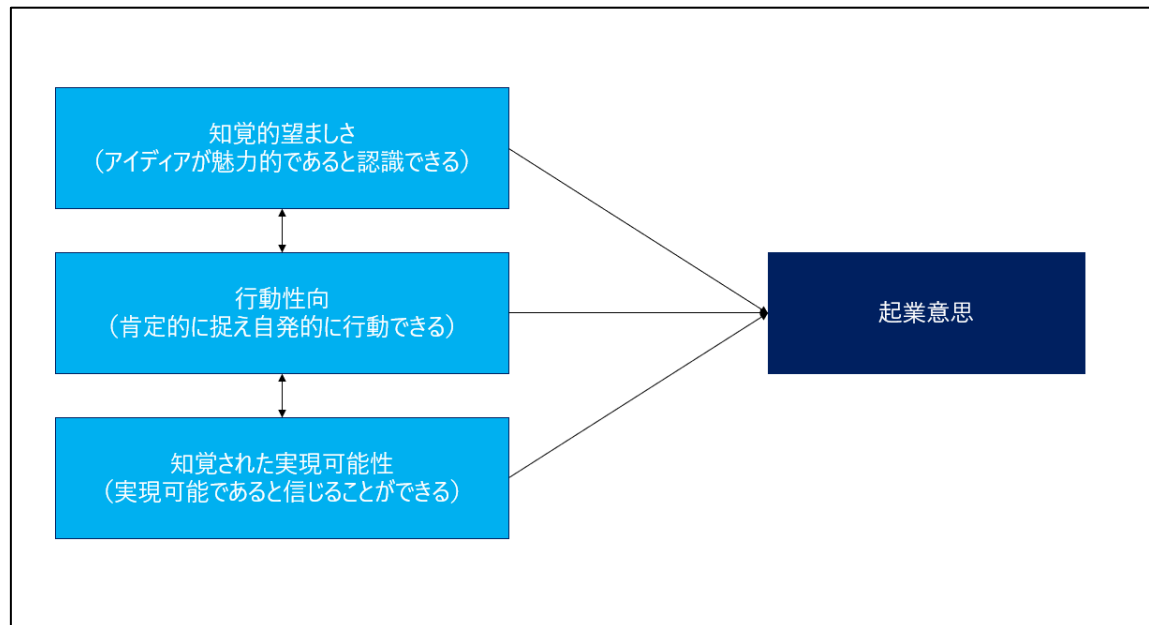


図 2-1:起業家イベント理論(Shapero and Sokol(1982)に基づき作成)

起業を進めるにあたり自分自身を肯定することだけでなく、周囲の人からの支援や肯定が大切だという主張も存在する。Ajzen(1991)の「計画的行動理論(Theory of planned behavior)」(図 2-2:計画的行動理論(Ajzen(1991)に基づき作成))では、起業意思に影響を与える要因として3つの項目をあげている。1つ目は、「行動に対する態度(人が行動に対して行う好悪)」、2つ目は、「主観的規範(その行動に対する社会的圧力、同調圧力)」、3つ目は、「行動の統制感(過去の経験や予想される障害、支障を踏まえて知覚する行動に対する容易さや困難さの程度)」。起業という意思是、どれだけ個人の自己効力感が高く、優れたビジネスアイデアを持っていたとしても、周囲の同調や好意的なサポートがなければ難しいということを伝えている。新しいことを考え、進めていく過程においては、自分一人で完結することは決してなく、新しいアイデアや考えに賛同してくれる仲間とともに、事業を形にして、さらには世の中に受け入れてもらうためには周囲の同調や多くの好意的なサポートは絶対的に必要なことが読み取れる。

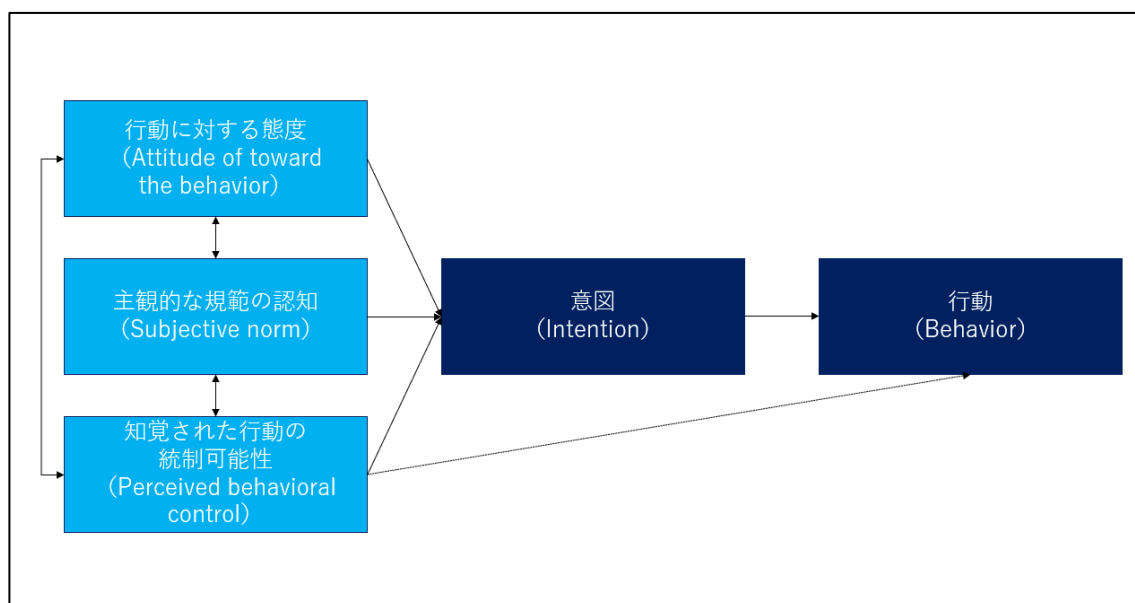


図 2-2:計画的行動理論 (Ajzen(1991)に基づき作成)

概念的なものだけでなく、Miller(1983)が発案した概念を、Covin and Wales(2012)がアントレプレナーシップの企業家成熟度を測る尺度として、革新性、リスクテイク、能動的行動という 3 つの因子を導出した。尺度の中にも表現されているように、「わが社の～」という表現から、個人の起業家マインドを測るものではなく、企業体や企業の中の組織においてアントレプレナーシップの成熟度を把握するために利用されていることが多い。

そこで、Bolton and Lane(2012)はこれを、企業内における組織レベルの企業家成熟尺度に留まっており、起業家の個人を計測する統一された尺度がないことを指摘し、個人向け、かつ学生向けに修正した Individual Entrepreneurial Orientation(IEO)の尺度を開発した。多くの研究においては、学生向けの起業家教育履修有無などの起業家教育イベントにおいて起業家マインドとなる IEO の向上がなされたかなどを確認、立証する研究として利用されていることが多い。

佐藤(2003)は、成功した起業家は、どのような性格や生活信条、あるいは価値観を有しているのかというものに対して、卓越して成功した 2 人の起業家を詳細なケース・スタディ・リサーチによって心理的特徴を分析して導出した。そこでは、市場機会の発見と開拓にかかわる起業家精神を、「セレンディピティ」、「逆境に打ち勝つマインドセット(あきらめない、ポジティブ思考)」、「高次の目標設定」、「不断の創意工夫・試行錯誤」、「コンピテンシー」の 5 つとして特定されている。

ここまで見てきた通りいずれの研究においても、概念的なものが多く起業家マインド

を統計的に示しているものが少ない。また統計的に示している Bolton and Lane (2012) の研究においても、起業を前提とした内容となっており、Ajzen (1991) が述べている通り行動 (Behavior) 前の意図にフォーカスしたものではないことや、起業家無関心層も含めた一般の人でも使えるものとはなっていない。このようなことから、今回の起業家無関心層にも活用できる起業家マインドを定量的に示し、尺度を構築することは新しい取り組みといえるであろう。

大江 (1999) も起業家マインド (起業家精神) を育成することを広義の起業家教育と定義し、起業家を育成することを狭義の起業家教育と定義している。これまでの起業家教育における研究や政策は後者にフォーカスされているものが多いと考える。

起業家意思向上

第1章でも述べてきた通り日本政府は、スタートアップエコシステムを発展させていくために「起業家教育」を積極的に進めており、起業家に必要とされるマインド(チャレンジ精神・探求心など)と資質・能力(情報収集・分析力、リーダーシップなど)を有する人材を生み育てる取り組みを行っている。現状提供されているプログラムとしては、起業家等による講演などを実施する教育機関を支援し出前授業や講演する起業家を派遣することや、起業家教育プログラムとして集中的にアイデア創出やビジネスプランなどを学習する機会の提供、またビジネスプランを策定・発表したものを起業家交流することでアドバイスを受ける場を用意している(図2-3: 起業家教育の取り組み(中小企業庁より引用))。起業家マインドを育むためには、実体験が重要であることは間違いないが、起業家の話を聞き、起業を疑似体験し、他者からアドバイスを受けるなど基本的には外的情報を積極的に取得するような起業家教育に比重が置かれていることが読み取れる。



図 2-3: 起業家教育の取り組み(中小企業庁より引用)

また、起業家意思を向上させる別なアプローチを示している研究も存在している。田路他(2021)は、大学生を対象とした集中的なアクティブラーニング型の起業家教育プログラムが参加者の起業家マインドを高めることができると説いており、起業家交流型、知識詰込み型、起業体験型などでの起業意思が高まるという研究は多く存在する。大江(2005)は、学生時代の若いころに起業家と触れ合うと起業家になる志向が強くなるとも述べている。さらには、玉井他(2021)は、親が自営業であることが起業意思を高めることも確認しており、若いころから起業家らと自然に触れあえる機会が多い人はおのずと起業意思が高まりやすいという主張も存在している。

これらのように、起業意思を高める研究において、起業家や起業体験など外的情報と触れることで意思を高める取り組みや研究は多数存在するものの、本研究で取り組もうとしている自分自身と向き合い、自己理解などの内省的アプローチにより起業家マインドを向上させられるというような取り組みや研究が言及されているものは少ない。さらには、本研究で焦点を当てている起業家無関心層も含めた幅広い人を対象として起業家マインドを育成することを目的に据えようとしていることは、起業に対する風土・風潮から変えていく必要がある日本においては、取り組む意義が大きいと考える。(図2-4: 広義の起業家教育と狭義の起業家教育)

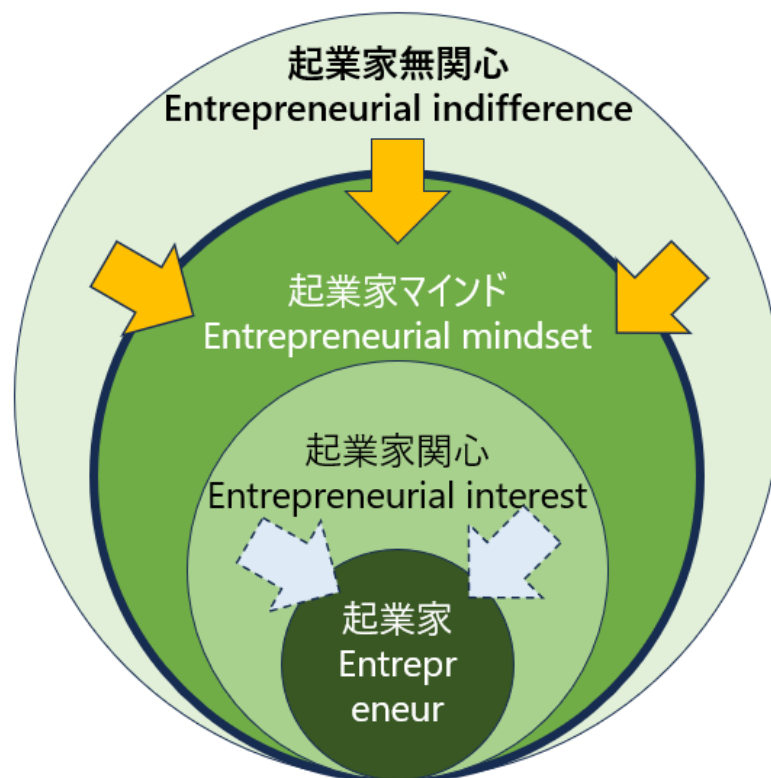


図 2-4: 広義の起業家教育と狭義の起業家教育

自己理解、内省的なアプローチが起業家教育においては重要だと感じさせられるものが、諸外国の起業家教育を確認すると存在している。例えば、EU 諸国においては、アントレプレナーシップの教育指針である「Entrepreneurship Competence Framework(2016)」が存在する(図 2-5: Entrepreneurship Competence Framework)。その中では起業体験やアイデア創出、ファイナンスの方法などのプログラムは日本と同様にももちろん存在するが、「Vision」、「Self-awareness & Self-efficacy」、「Motivation & Perseverance」などのような自身の中に眠る内的情報を捉え、思考を深めることで自己理解や自身が成し遂げるべきビジョン策定などのプログラムも存在している。起業家マインドを育むためには、政府が積極的に行っているような起業家との接触やアイデアコンテストなどの外的な情報だけではなく、各個人の中に眠る内的な情報にもアプローチすることは諸外国の起業家教育においては一般化してきていることを示唆しているのではなかろうか。

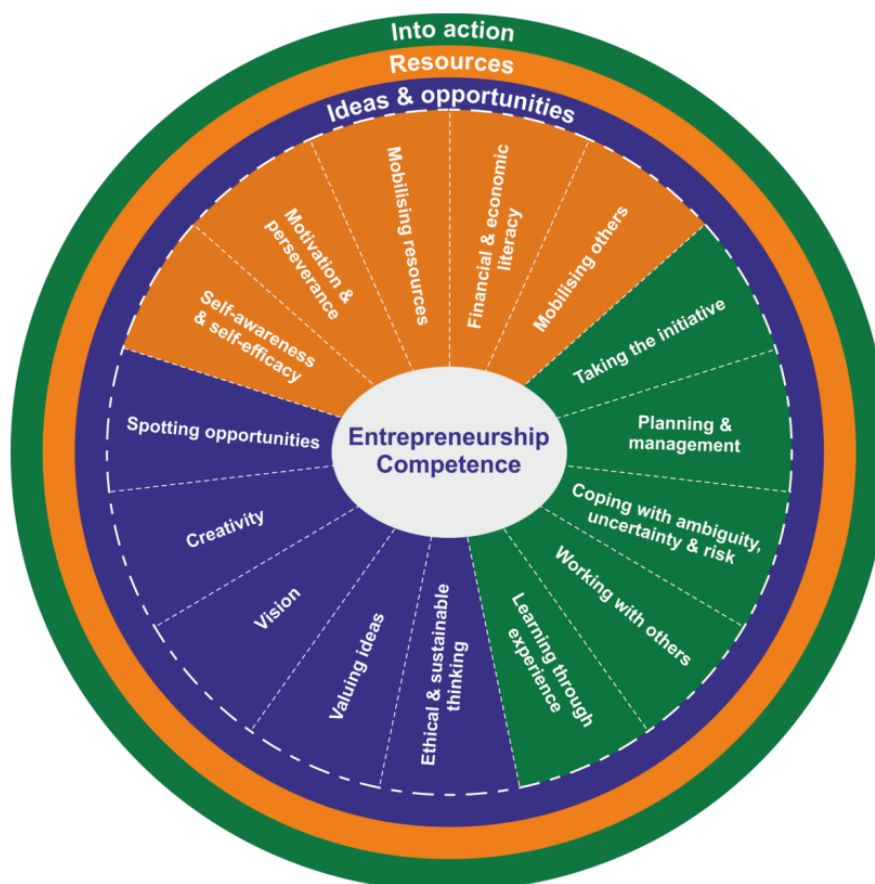


図 2-5: Entrepreneurship Competence Framework

上記の内容や有識者との会話をもとに本研究においては、日本と海外の起業家教育における構造的なギャップが存在すると考えた。それは、事業の作り方やピッチ大会などの **How** や戦略作りやアイデア創出、仲間づくりなどの **What** は日本の起業家教育においても既に活発に行われているものの、海外の起業家教育においては、当たり前となってきた自己理解や自己効力感を高めるなどの **Why** においては諸学国の起業家教育と比較してもまだまだ遅れが発生しているのではないかと考えた。

(図 2-6: 日本と諸外国の起業家教育の違い)

今回の研究の中では、起業家マインドを向上させるための手立てとして、日本の起業家教育においてあまり注目されてこなかった、この 1 階建てで表現している“**Why**”の部分に着目している。

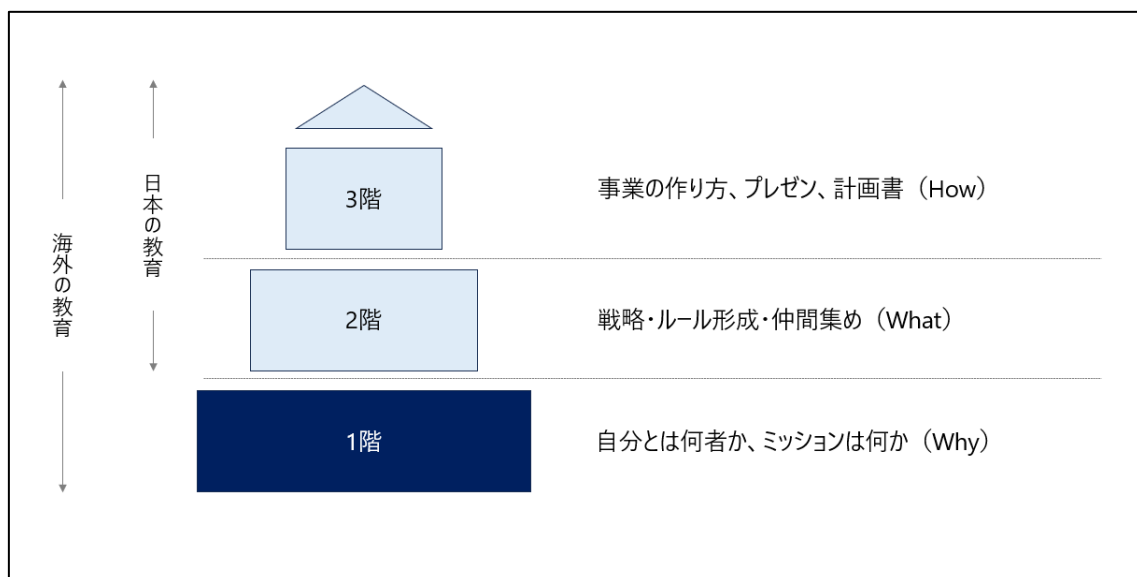


図 2-6: 日本と諸外国の起業家教育の違い

2.2 本研究のアプローチ

本研究では 2 つの取り組みを行う。

1 つ目の取り組みは、起業家無関心層も含めた一般の人がもつべき起業家マインドを定量的かつ統計的手法を用いて明らかにしていくことである。既に、概念的に述べられている起業家マインドを用いながら定量的に測定可能とするために、一般的な類似尺度などを組み合わせながら活用して検討する。手法としては、調査会社のモニターを活用したアンケート調査をおこない、統計的分析手法である因子分析を用いて起業家マインドを明らかにしていくアプローチをとる。

2 つ目の取り組みは、自己内省を中心とした自身の過去とその時々 の出来事を深く、多面的に振り返りながら、自分自身が大切にしてきた価値観を導出していくナラティブアプローチを活用する。そして、導出した価値観をもとに、起業家のように振舞い、チャレンジできる最初の一步を設計するために、エフェクチュエーションの考え方を取り入れたツールを開発し、過去を振り返るナラティブアプローチをもとに価値観を導出し、未来にチャレンジするストーリーを構築するという意味を込めて、「ナラティブストーリー」というツールの名称とした。さらに、起業に対して特に無関心である一般企業に属する社会人を対象に介入実験を行うことで、本ツールが起業家マインドを向上させることができるかの有効性を検証する。

第3章 起業家マインドの定量化

第3章では、起業家マインドという曖昧なものを定量的に、統計的に導出するアプローチ方法を明示していく。また、アプローチに沿って起業家マインドを測る定量調査を実施したのち、統計手法である因子分析を行い、5つの因子を特定するまでを述べている。

3.1 起業家マインド特定アプローチ

本研究においては大江(1999)が述べている、起業家候補に対する起業家教育を行うような狭義の起業家を育成することではなく、広義の起業家マインド(起業家精神)を醸成するものを目指したものとしており、起業家に関心を持つ人だけでなく、起業家無関心層である一般の人でも活用できるものを目指した。

まずは、特出した起業家からケース・スタディ・リサーチを用いて導出した佐藤(2003)が唱えた起業家マインドである、「セレンディピティ」、「逆境に打ち勝つマインドセット(あきらめない、ポジティブ思考)」、「高次の目標設定」、「不断の創意工夫・試行錯誤」、「コンピテンシー」の5つを起業家マインドに必要な要素の起点として進めることとした。次に、各要素に対して類似している本研究において定義した既存の尺度であり、統計的に証明され、様々な実験で利用されている項目を引用することで、起業家マインドを定量的に特定していくアプローチの準備を進めていった。

各要素に対して、どのような背景で本研究においては尺度や尺度の中で分類されている項目を定義していったかを述べていきたい。

「セレンディピティ」というものが、思いがけない偶然の産物や幸運な偶然を手に入れる力とされているが、あらゆる物事に対して幸運を発見する能力でもあると捉え、前野(2013)の幸福の四因子の16設問と成田他(1995)の特性的自己効力感尺度の23設問を設定することとした。

また、「逆境に打ち勝つマインドセット」には、どんな苦しい場面でもすぐに精神回復ができ、いかなる困難においてもしなやかに乗り越えられる力を持っていると捉え、小塩他(2002)の精神回復力尺度の中にあるレジリエンス(新規性)の7設問を設定した。

「高次の目標設定」には、どんな逆境、状況においても未来を明るく思考する力が必要だと捉え、同じく精神回復力尺度の中にあるレジリエンス(肯定的な未来志向)の5設問を設定した。

さらに、「不断の創意工夫・試行錯誤」には、いかなる時でも達成に向けて創意工夫

や試行錯誤などの行動を止めない能力と捉え、堀野他(1987)の達成動機測定尺度のチャレンジ精神(達成・成功欲求)の6設問を設定した。

「コンピテンシー」には、成功に導くための個人の達成欲求を前提とした能力と捉え、同様に達成動機測定尺度のチャレンジ精神(個人達成欲求)の8設問を設定することとした。(図 3-1:起業家マインド測定項目まとめ)

このようにして、佐藤(2003)が導出した定性的な起業家に必要とされているマインドの各要素に対して、既に存在しており、様々な実験で利用され信頼に耐えうる尺度・項目を定義していくことで測定できる形とし、アンケート調査を活用した定量調査ができる状態を作った。仮説の妥当性の確認として、教授や有識者の方へのアドバイスを参考とした。

◆ 自己効力感：特性的自己効力感尺度（成田他、生涯発達の利用の可能性を探る）/23項目・7件法 ◆ チャレンジ精神：達成動機測定尺度（堀野、達成動機の構成因子の分析）/23項目・7件法 ◆ 幸福度：幸福度の推奨アンケートについて（前野、幸せのメカニズムより）/16項目・7件法 ◆ レジリエンス：精神回復力尺度（小塩、精神回復力尺度の作成）/21項目・5件法	
起業家要素	該当すると想定した測定項目
セレンディピティ	■ 幸福の四因子 ■ 自己効力感
逆境に打ち勝つ	■ レジリエンス（新規性追求） ■ 自己効力感
高次の目標設定	■ レジリエンス（肯定的な未来志向） ■ チャレンジ精神（挑戦・成功欲求）
創意工夫、試行錯誤	■ レジリエンス（新規性追求） ■ チャレンジ精神（挑戦・成功欲求）
コンピテンシー	■ 自己効力感 ■ チャレンジ精神（個人達成欲求）
定量調査を実施し因子分析を行ったうえで起業家マインドの特定を図る	

図 3-1:起業家マインド測定項目まとめ

上記を用いて作成したアンケート設問に対する調査は、2024 年 4 月 5 日～4 月 8 日に行った。今回は、起業家や起業家候補群だけでなく、無関心層も含めた一般企業に勤める人なども対象とするために、労働人口年齢とされている 20 代～70 代までの男女を調査対象者として実施した。サンプルサイズとしては 400 サンプル以上の収集を目標とし、男女比も可能な限り人口動態に合わせる形で均等割り付けがされるようにするために、調査会社のモニターを活用した WEB アンケートの手法を選択することとした。

設問数は、前述した起業家マインドに関連する各設問と年代(20代、30代、40代、50代、60代以上)、性別(男性、女性)、職業(公務員、会社役員、会社員(正社員)、会社員(派遣社員/契約社員)、自営業、学生、パート・アルバイト、主婦、無職、その他)なども合わせた78設問の構成とし、起業家マインドに関連する各設問においては、以下の7件法のリッカート尺度により回答を求める設計とした。(図3-2:起業家マインド導出調査設計概要)

1. 全くあてはまらない
2. ほとんどあてはまらない
3. あまり当てはまらない
4. どちらともいえない
5. 少し当てはまる
6. だいたい当てはまる
7. 非常によくあてはまる

また、調査票の作成においては、操作性や簡便さを考慮して米国のオンラインアンケート作成サービス Qualtrics を利用して筆者自身で作成を行った。実際の調査では、作成した Qualtrics のリンクを外部の調査会社に共有し、調査会社の回答モニターはリンクからアンケートにアクセスすることで回答し、回答したアンケート結果を収集する形をとった。(図3-3:起業家マインド調査票(一部))

項目	内容
調査対象者	20代～70代の全国の男女（労働人口年齢）
サンプル数	421サンプル（男性212ss,女性209ssの均等割り付け）
調査時期	2024年4月5日～4月8日
調査手法	WEBアンケート調査
調査内容	起業家マインドに関連すると想定した既知の尺度を利用して、7件法の調査を実施（詳細後述）
質問数	全体78問（年齢、性別、職業の質問含む）
分析方法	因子分析/クロス分析

図 3-2:起業家マインド導出調査設計概要

【回答時間の目安：15分～20分】

本アンケートは、大学院の研究における「あなたの生活に関する」アンケート調査（78問）となります。アンケート結果は全て匿名となるため、個人に関する情報が他の者に特定されることはありません。

特に、Q4以降は各質問に対して7段階の選択肢となりますがあまり深く考えずにありのままの回答にご協力ください。

Q1. あなたの性別を教えてください

☐ 男性 ☐ 女性

Q2. あなたの年代を教えてください (SA)

☐ 20代

☐ 30代

☐ 40代

☐ 50代

☐ 60代以上

図 3-3:起業家マインド調査票(一部)

3.2 起業家マインドの特定

アンケートを実施した結果、不備や回答がなされていないものなどを除き、421 の有効サンプルを回収できた。男女比も、男性が 50.36%、女性が 49.64%とほぼ半数ずつ収集できるなど当初想定していた設計通りの収集が実現できた。(図 3-4:回答者の男女比)

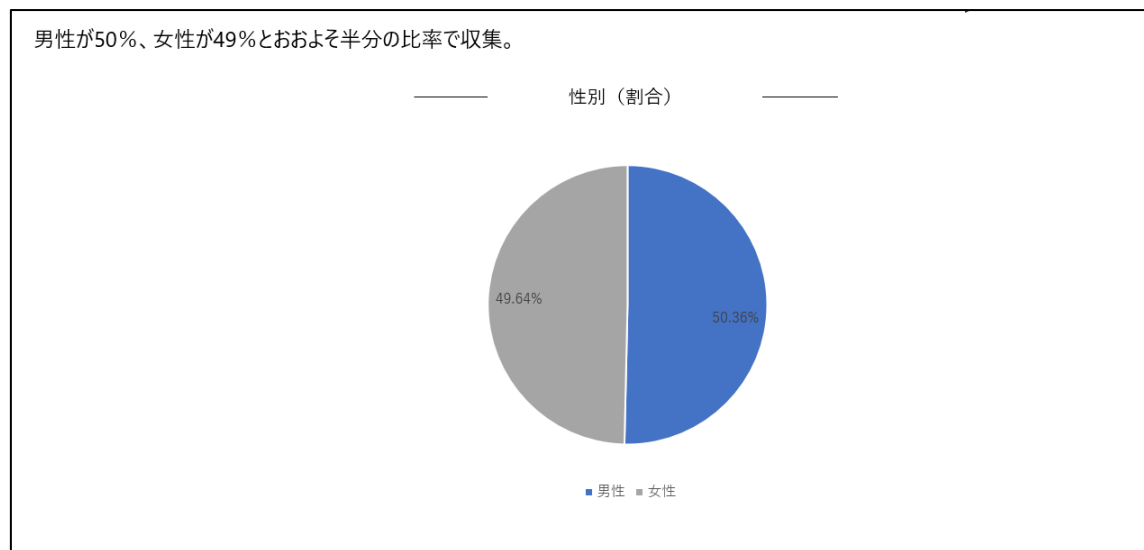


図 3-4:回答者の男女比

またデータのプロファイルとして、年代別では 60 代以上(70 代も含む)が多くなったものの、総務省統計局などが出している人口推計などの人口分布と大きな相違はなく、20 代から 50 代にかけて比率は大きく、60 代以上はまとめていることから最も多い集計結果となっている。(図 3-5:回答者の年代比と度数)

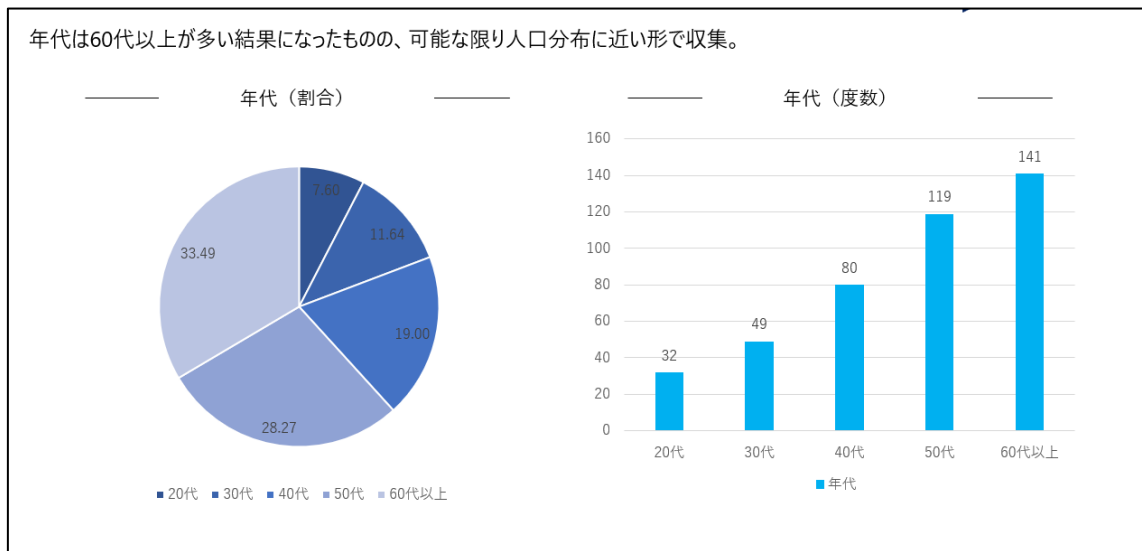


図 3-5:回答者の年代比と度数

また、職業分布においては正社員が多いものの、自営業や会社役員など幅広い職種を収集することができた。(図 3-6:回答者の職業度数)

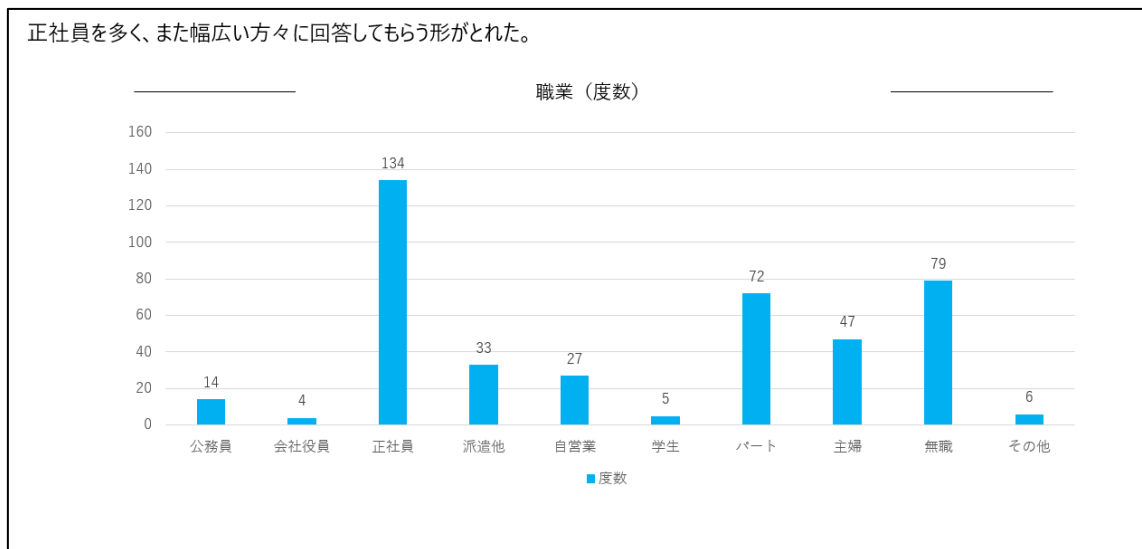


図 3-6:回答者の職業度数

本研究では、回答データを用いて探索的因子分析(最尤法、プロマックス法)を行い、起業家マインドの因子を特定する分析を行った。本研究の分析には、全て清水(2016)が開発した Excel VBA である HAD を用いることとした。

初期的に、スクリープロットを実施しスクリー基準法で固有値が 1 以上の初期固有値(13.417,2.725,2.372,1.877,1.657)及び因子の解釈可能性によって、5 因子構造が妥当であると判断した。

次に、探索的因子分析を進めていく中で、因子負荷量が 0.4 未満かつ 2 つの因子において 4.0 以上の項目が存在する場合を除外していく作業を繰り返し行った。その結果、34 設問からなる 5 つの因子構造(図 3-7: 因子分析に基づき導出した因子構造)を導出することができた。

項目	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	共通性
新しいことを始めようと決めて、出だしてつまづいて	.800	-.035	.100	-.028	-.050	.631
何かを終えるまであきらめない	.792	.007	-.074	.017	.022	.608
やらなければならないことがあれば、すぐに取り掛かる	.735	-.116	.010	-.001	.018	.470
初めはうまくいかない仕事でも、できるまでやり続ける	.716	-.041	-.084	-.085	.186	.532
重要な目標を決めると、たいてい成功する	.715	-.042	.110	.186	-.163	.620
自分が立てた計画は、うまくできる自信がある	.710	-.055	.027	.176	-.124	.539
人に頼らないほうだ	.704	.148	-.178	-.109	-.161	.367
すぐにあきらめない	.683	.096	-.093	.084	.048	.594
何かをしようと思ったら、すぐに取り掛かる	.637	-.013	.121	-.119	.154	.536
仕事をうまくやるためには難しいことでも時間をかける	.591	.115	.011	-.114	.217	.571
思いがけない問題が起こっても、それをうまく対処する	.584	.082	.113	.080	-.012	.558
色々なことにチャレンジするのが好きだ	.003	.874	-.004	.039	.015	.810
何か新しいことにチャレンジすることは好きだ	-.004	.873	.006	.006	.039	.801
新しいことや珍しいことが好きだ	-.052	.864	-.039	-.025	.049	.676
物事に対する興味や関心が強いほうだ	.153	.600	-.076	.043	.148	.587
私はいろいろなことを知りたいと思う	.105	.578	-.103	-.076	.312	.560
私はほかの会社で人に仕えるよりは50%の破産リスクを承	-.025	.559	.258	.026	-.330	.442
何かの仕事や職業または専門分野で第一人者になる	.177	.554	.094	-.028	-.153	.436
世に出て成功したいと強く願っている	-.116	.541	.251	.130	-.092	.476
私は自分から友達を作るのがうまい	-.077	.012	.938	.024	-.081	.809
新しい友達を作るのは得意だ	-.095	.010	.855	-.027	.107	.699
友達になりたい人であれば、友達になるの	-.060	.133	.681	-.044	.145	.589
最初は友達になる気がしない人でも、すぐ	-.018	.021	.650	-.038	.090	.444
人の集まりの中でも、うまく振舞える	.232	-.015	.606	-.006	-.009	.543
会いたい人を見かけたら、向こうから来る	.141	-.023	.419	.071	.126	.361
将来の見通しは明るいと思う	-.014	.024	-.073	.958	-.030	.834
自分の将来に希望を持っている	-.073	.060	-.042	.896	.078	.816
自分の未来にはきっといいことがある	-.048	.038	-.083	.880	.125	.798
今の自分は「本当になりたかった自分」で	.078	-.092	.142	.609	-.039	.457
私はものごとが思い通りにいくと思う	.056	.029	.104	.609	-.001	.515
私は、人生において感謝することがたくさんある	-.058	-.112	.010	.083	.889	.733
人の喜ぶ顔が見たい	-.044	.067	.097	-.061	.719	.541
私は日々の生活において、他者に親切にし	.053	.024	.090	-.020	.683	.565
私を大切に思ってくれる人たちがいる	.061	-.074	.021	.224	.606	.552

図 3-7: 因子分析に基づき導出した因子構造

また、各因子の寄与率は因子 1 が 10.419%、因子 2 が 9.262%、因子 3 が 8.160%、因子 4 が 7.900%、因子 5 が 6.619%という結果となった。全ての因子をまとめた累積因子寄与率は 42.36%となり、信頼性係数はいずれも 0.85 を超える水準であったことから信頼しうる結果となった(図 3-8: 信頼性係数)。

	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5
α 係数	.919	.902	.878	.906	.850
ω 係数	.925	.911	.887	.915	.853
因子得点	.932	.936	.917	.939	.869

図 3-8: 信頼性係数

また、因子間の相関も因子 3 と因子 5 のみ 0.315 であったが、それ以外の因子間の相関は全て 0.4 を超える高い正の相関があり(図 3-9: 因子間の相関関係図 3-9: 因子間の相関関係)、こちらの観点からも統計的因子分析の検証結果として信頼しうる結果となった。

	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5
Factor1	1.000	.601	.523	.515	.544
Factor2	.601	1.000	.581	.476	.434
Factor3	.523	.581	1.000	.528	.315
Factor4	.515	.476	.528	1.000	.438
Factor5	.544	.434	.315	.438	1.000

図 3-9: 因子間の相関関係

そして、探索的因子分析を行った結果、各因子に紐づく項目の内容から解釈し本研究では次の 5 つの因子として各因子の命名と意味を定義していった。なお、因子の順番においては分析を行った結果、因子寄与率の高い順に並べている。今回の起業家マインドにおいては重要な順だと捉えることもできる。(図 3-10: 起業家マインド 5 つの因子)

因子 1: 決して諦めずにやり抜く(Grid)

やらなければならないことにはすぐに取り掛かり、どんなに難しくてもできるまでやり続ける(因子抽出後の固有値: 10.419)。起業という未知なチャレンジを行う過程では、想定していなかった様々な困難な状況が降りかかるが、一度漕ぎ始めた起業という船の選択において航海を途中で諦めるという選択はなく、ピポットや試行錯誤を繰り返す

ことも含めてやり抜く必要があるという結果が第一義の因子となった。

因子 2: 興味関心があるものには、リスクを恐れない (Boss of interest)

物事に対する興味関心が高く、リスクがあっても新しいことや珍しいことに対しては積極的にチャレンジすることが好きだ(9.262)。単なるリスクを恐れないではなく、興味関心があるものにはという部分が今回の起業家マインドで特定できた因子のポイントだと考える。Sarasvathy (2008) が提唱したエフェクチュエーションの中でも述べられている、優れた起業家は **Affordable Loss Principle** として、どれだけ損失を許容できるかを基準にリスクをとると言われており、我々が想定している起業家とは無謀なものにも果敢に挑戦するような単なるリスクテイクとは異なるということが分かる。

因子 3: 自然と人と繋がる (Connect)

友達を作ることが得意で、人の集まりでもうまく振舞うことができる(8.160)。起業家はもちろんのこと、ビジネスを進めていくうえでは、必ずしも一人で完結することは決していない。チームとしてのケイパビリティや補完関係やもちろんのこと、様々な問題や成長ステージ合わせた仲間づくりや社内外含めた協力者や支援者を作りながら未踏の地を目指していく必要がある。

因子 4: 将来は希望だ (Confidence)

自分の将来は明るく、自分の未来に希望を持っている(7.900)。Shapero and Sokol の起業家イベント理論(1982)などでも述べられていた自己効力感 (Self-efficacy) にも類するものと捉えられる。様々な起業家マインドの研究においても重要視されている項目であり、どんな状況にあっても未来は明るく、自分たちがやっていることに揺るがない自信を持つことの重要性を読み取れる。

因子 5: 他者の喜びが自分の喜び (For others)

人生において感謝しており、人の喜ぶ顔を見ることが自分の幸せである(6.619)。この因子が、これまで述べられてきた他の起業家マインドとは少し経路が異なるものであり、自身の喜びが生まれてくるのは、社会の課題、他者の課題を解き世の中が変化することが自身の喜びと捉えることができる。単なる、自分自身のエゴや金儲けのためだけでは、起業家マインドは育まれないことを示唆している。

これらより、以上の 5 つの因子を起業家マインドの因子尺度として今回の調査・分析では捉えることができ、新しい尺度を構築することができた(図 3-7)。

1 番高い因子寄与率であった因子は、因子 1 であり、起業を進めていくと様々な困難が必ず起こる中で、失敗を失敗と捉えずやり抜く力が何よりも重要だということを示している。また、起業家マインドというものは単にリスクを恐れただけではなく、自身が強く興味関心をもったものにはリスクを恐れないというのが 2 つ目の因子となったのも興味深い。これまでの起業家マインドに多くあるような単なるリスクテイクカーではなく、ぶれない芯がある中でチャレンジを行うということは今回の起業家マインドの一つの特徴であり、起業家無関心層を対象としたときの特徴であろうと考える。

そして、最後に興味深かったのが、因子 5 である。ある起業家が、起業する動機を聞かれた際に「世の中の不条理だと感じることを解決するために始めた」と言っていた。社会にはまだないものを生み出す仕事だからこそ、自身の喜びが先ではなく、他者の喜びが先に来るのだと解釈すると重要な因子の 1 つであることは言うまでもない。また、これまでの起業家マインドと因子 5 は異なる特徴であり、自分自身だけではなく利他の精神が起業家マインドには必要だと言える。

Factor1	決して諦めずにやり抜く (Grid)	やらなければならないことにはすぐに取り掛かり、どんなに難しくてもできるまでやり続ける
Factor2	興味関心があるものには、 リスクを恐れない (Boss of interest)	物事に対する興味関心が高く、リスクがあっても新しいことや珍しいことに積極的にチャレンジすることが好きだ
Factor3	自然と人と繋がれる (Connect)	友達を作ることが得意で、人の集まりでもうまく振舞える
Factor4	将来は希望だ (Confidence)	自分の将来は明るく、自分の未来に希望を持っている
Factor5	他者の喜びが自分の喜び (For others)	人生において感謝しており、人の喜ぶ顔を見ることが自分の幸せである

図 3-10: 起業家マインド 5 つの因子

また、因子ごとに紐づく項目は以下のとおりである。

因子①:決して諦めずにやり抜く(Grid)

- ・ 新しいことを始めようと決めて、出だしでつまづいても決してあきらめない
- ・ 何かを終えるまであきらめない
- ・ やらなければならないことがあれば、すぐに取り掛かる
- ・ 初めはうまくいかない仕事でも、できるまでやり続ける
- ・ 重要な目標を決めると、たいてい成功する
- ・ 自分が立てた計画は、うまくできる自信がある
- ・ 人に頼らないほうだ
- ・ すぐにあきらめない
- ・ 何かをしようと思ったら、すぐに取り掛かる
- ・ 仕事をうまくやるためには難しいことでも時間をかけてやる
- ・ 思いがけない問題が起こっても、それをうまく対処できる

因子②:興味関心があるものには、リスクを恐れない(Boss of interest)

- ・ 色々なことにチャレンジするのが好きだ
- ・ 何か新しいことにチャレンジすることは好きだ
- ・ 新しいことや珍しいことが好きだ
- ・ 物事に対する興味や関心が強いほうだ
- ・ 私はいろいろなことを知りたいと思う
- ・ 私はほかの会社で人に仕えるよりは 50%の破産の危険性があっても自分で事業を経営したい
- ・ 何かの仕事や職業または専門分野で第一人者になりたい
- ・ 世に出て成功したいと強く願っている

因子③:自然と人と繋がれる(Connect)

- ・ 私は自分から友達を作るのがうまい
- ・ 新しい友達を作るのは得意だ
- ・ 友達になりたい人であれば、友達になるのが大変であってもすぐに動く
- ・ 最初は友達になる気がしない人でも、すぐにあきらめないで友達になろうとする
- ・ 人の集まりの中でも、うまく振舞える
- ・ 会いたい人を見かけたら、向こうから来るのを待たないでその人の所へ行く

因子④:将来は希望だ (Confidence)

- ・ 将来の見通しは明るいと思う
- ・ 自分の将来に希望を持っている
- ・ 自分の未来にはきっといいことがある
- ・ 今の自分は「本当になりたかった自分」である
- ・ 私はものごとが思い通りにいくと思う

因子⑤:他者の喜びが自分の喜び (For others)

- ・ 私は、人生において感謝することがたくさんある
- ・ 人の喜ぶ顔が見たい
- ・ 私は日々の生活において、他者に親切にし、手助けしたいと思っている
- ・ 私を大切に思ってくれる人たちがいる

第4章 起業家マインド向上ツール(ナラティブストーリーシート)の提案

第4章では、起業家マインドを向上させるために、自分理解や自己認識を通した自分軸構築シート、通称「ナラティブストーリー」を開発しようと考えた背景を説明したのち、どのようにして開発を行っていったのかのプロセスを記した。また、自分軸を構築することが、他者受容にもつながることを説明し、結果的には起業家無関心層が起業家などのチャレンジする人を受容する一助になる可能性についても言及していく

4.1 開発背景

Ajzen(1991)の「計画的行動理論(Theory of planned behavior)」でも述べられている通り、力強く起業意思と行動を推進していくためには、優れたビジネスアイデアを持ち、周囲からのサポートを受けることだけに留まらず、出発点となるのが自分の能力に対する自信(自己効力感を高める)が必要とされている。前述したとおり日本の若者においては、自己肯定感が諸外国と比較しても著しく低いことは、起業や起業活動を推進していくにあたり足かせになりやすく、日本において起業家になることが活性化しないことと無関係とはいえないだろう。

また Kanter(1988)によれば、イノベーションにおいては、数多くの偶発的な困難や逆境が訪れ、立ち向かうためには高いレジリエンスを必要とする。すなわち、何が起きても動じない自分軸が必要と言われており、起業家によっては、世の中や周囲の状況が刻一刻と変化していくことや想像していないことが幾度もなく押し寄せてくる中で、自分自身の内なる対話を重ねることで何をやるかではなく、なぜやるかを持つことの重要性を説いていることと通じる。

自分軸を構築していくためには、自分自身の過去の経験や大小さまざまな意思決定、周囲の人たちとの関係性などを正確に認識し、形式知とし、モデル化していく必要がある。Kolb(1984)は、経験学習モデルの循環を謳っており、具体的経験を内省的に観察することで、自身が行った行動はなぜ行ったのか、どういう意図があったのかと抽象的概念を行うことで経験を再認識し、次の新しい行動を起こすことができる。そして、また具体的経験へと落とし込むという循環を作る必要性を述べている。

また Clark(2010)は、自分自身の歴史や過去、経験を振り返ることで、単なる過去の出来事ではなく、意味があるものに変え、自身の在り方を多面的に知るナラティブアプ

ローチを提唱している。池田(2012)においても、成功や失敗を振り返ることでの成長や学習の資源を得ることができると捉えている。いずれの研究においても、過去の出来事を単なる出来事として見過ごすのではなく、起こったことを俯瞰的かつ多面的に、そして深く本質を追求することで、自身の思考回路や行動パターンを見出すことの大切さを謳っている。(図 4-1:起業家マインド向上ツール開発背景まとめ)

さらには、自己受容を行うことで、他者受容も高まるという研究も存在する(1969)。ありのままの姿を歪めることなく認知することは、自己のとるべき態度を正しく予測し、期待される行動をとり、円滑な相互作用を行うための基礎である考えられている。このありのままの姿を認知するためには、ありのままの事実を歪めることなく受け入れ、知ろうとするだけの構えがなければならない。他者認知の際に基礎となるこの構えが、自己自身を受け入れる態度と不可分に結びついていることを示しているのが「自己受容と他者受容の関係」に関する研究である。

このようにして考えると、今回起業家無関心層に焦点を当てて彼らの起業家マインドをあげることを目指して、論考を進めてきた。これは、最終的に、起業家や起業家関心層のチャレンジや挑戦を阻害せず、失敗を許容できる風潮・風土に変えていくことを最終的な日本のスタートアップのあるべき姿だと考えると、起業家無関心層が自分軸を構築していくプロセスの中で自分自身を見つめ、自己理解や自己認識を行うことで自己受容をできるようになることは、起業家や起業家関心層の考えや行動を受容できる一助になる可能性があることは言うまでもないであろう。

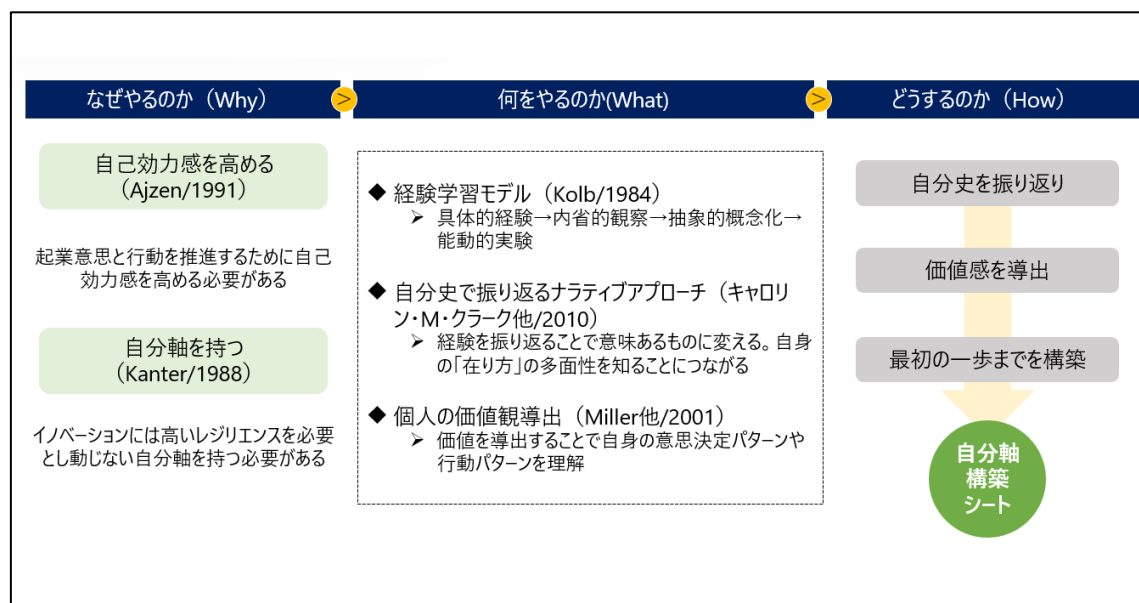


図 4-1:起業家マインド向上ツール開発背景まとめ

4.2 起業家マインド向上ツール(ナラティブストーリーシート)の開発プロセス

4.1 の開発背景より、ナラティブアプローチなどを活用することで多面的に己を深く知り、潜在的な価値観を導出しながら、偶発的な困難や逆境に動じない自分軸を構築することの重要性を確認できた。また、自分軸を構築していくことで起業意思を強く推進していくために必要な、自分の能力に自信を持つことや自己効力感を高めることができることも合わせて確認した。そして、自己受容ができると他者受容も高まるという、起業家無関心層の起業家マインドをあげることは、起業家や起業家候補群の思考や行動を理解できる一助になることも説明してきた。

そこで、本研究の起業家マインドを向上させるためのツール開発を行う基本的な考え方として、自身が行ってきた過去の経験を洗い出し、体験を深掘し、再認識、再定義していくことで価値観の導出を行うという方法を採用することとした。また、過去の経験については、ランダムに洗い出すのではなく、小学生時代から直近に至るまでの幅広い時間軸を、児童期(小学生時代)、思春期(中学～高校時代)、成人期(大学～社会人初期)、成人後期(社会人後期)の4つのフェーズに分けて時間軸を想起しやすいように構成することとした。

また、Miller(2001)は価値観を導出することで、自身の意思決定根拠や行動パターンを理解することとなり、これからの選択基準を明確にすることができると述べている。このことから、今回は自分自身の中に眠る本質的な、「好きなもの」、「得意なもの」、「大切にしているもの」、「立ち上がる力」という4つの価値観を導出するために、「夢中になっていたこと」、「他人から褒められていたこと」、「尊敬の対象」、「苦しかったこと」という体験・経験を振り返り、意味を考えることにより、本質的にアプローチできるツールを開発した。本質的なものにアプローチすることを実現するために、過去の出来事に対して多面的に捉えるナラティブアプローチを採用するとともに、各出来事に対して定義した問いに対して回答しながら深掘りしていく中で、時間軸を超えた共通する本質的な部分を抽象化・一般化することで4つの価値観を導出していくというプロセスをとった。

今回の自分軸構築シートは、上記で述べてきた通り、就職活動などでも行ってきた「自己分析」のような自分自身の過去を振り返りながらどの業界や会社に合っているかのような紐づけていくような作業的なものではなく、経験学習モデルやナラティブアプローチ、そして価値観の導出、抽象化・キーワード化など可能な限りこれまでの経験を新しい視点や視座から見ること、自身では気づきづらいものにアクセスできる工夫を

凝らしながら構造化・アーキテクトしていった。(図 4-2: 自分軸構築シートアーキテクチャー)

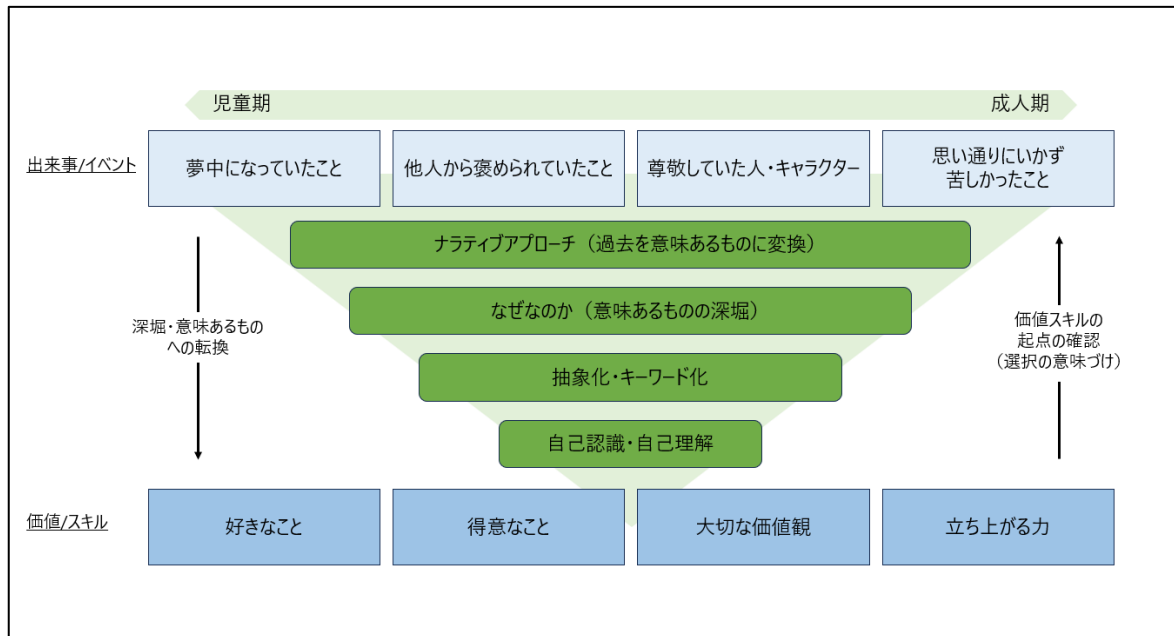


図 4-2: 自分軸構築シートアーキテクチャー

更に、本研究では 4 つの価値観を導出して終わりとはせず、起業家のようにふるまうための最初の一步までを思考・設計できるようにした。それは、起業家が自身のスタートアップを立ち上げた日の決意や考えを表現するためによく使われる「Day 1」ならぬ、その前夜となるチャレンジ構想やラフなアイディア段階を想定した「Day 0」を作るために、今ある手持ちの資源を活用してアイディア構想することや意思決定を行うエフェクチュエーションという考えをもとに、「初めの一步を構築するまで」をツールの中に取り入れている。価値観という内在化した資源とともに、自身のやってきたことや知っていることから専門性を確認することやネットワークを棚卸することでだれに頼るのか、だれに相談するのかまで考えたうえで、「最初の一步」を考える設計とした。

エフェクチュエーションは、Sarasvathy (2008) が唱え、邦訳した吉田 (2023) によると「熟達した起業家に対する意思決定実験から発見された、高い不確実性に対して予測ではなくコントロールによって対処する思考様式」である。つまり、それまで存在しない製品を事業化するという、きわめて不確実性の高い問題に対して、経験のある起業家は、予測に対して経営資源を配分する合理的なアプローチは通用しないと認識しており、それよりも既に自身が持っている手持ちの手段(資源)を活用することで、何がで

きるかという発想から意思決定を行うことが一般的と考えている。そして、吉田はエフェクチュエーションを 5 つの特徴としてまとめている。(図 4-3:エフェクチュエーションの 5 つの特徴)

1. 鳥の手の原則 (Bird-in-Hand Principle)
既存のリソース (自分が持っているもの) を最大限に活用するという考え方です。起業家は、手元にあるリソースを基に行動を開始し、それを使ってどのような機会を創出できるかを考えます。
2. 許容可能な損失の原則 (Affordable Loss Principle)
起業家は、リターンを最大化するのではなく、どれだけの損失を許容できるかを基準にリスクを取ります。これにより、失敗した場合でも大きな打撃を受けずに済むようになります。
3. レモネードの原則 (Lemonade Principle)
予期せぬ事態や偶然の出来事をチャンスとして活用することです。起業家は、計画通りにいかない状況を受け入れ、それを新しい機会として捉えます。
4. クレイジー・キルトの原則 (Crazy-Quilt Principle)
パートナーシップや協力関係を築き、共同で価値を創出することです。起業家は、自分一人で完結するのではなく、他者との協力を通じてプロジェクトを進めます。
5. パイロット・イン・ザ・プレーンの原則 (Pilot-in-the-Plane Principle)
起業家自身が未来をコントロールできるという信念に基づいて行動します。外部環境に依存するのではなく、自分の行動や決定によって未来を形作ることを重視します。

図 4-3:エフェクチュエーションの 5 つの特徴

これらより、結果的に起業家マインド向上ツールは以下の 3 つのサブシステムで構築されている。(図 4-4:ナラティブストーリーの活用ステップ)

1. 過去の体験/出来事を洗い出す (What)
2. 体験/出来事を振り返り (Who/Where)、深掘し (Why)、価値観を導出する
3. 価値観をもとに自身のチャレンジ構想となる「Day0」を策定する

また、今回のツールの名称を過去の自分自身を振り返り、これからの未来を一連のストーリーとして導いていくことから、「ナラティブストーリー」という名称とした。

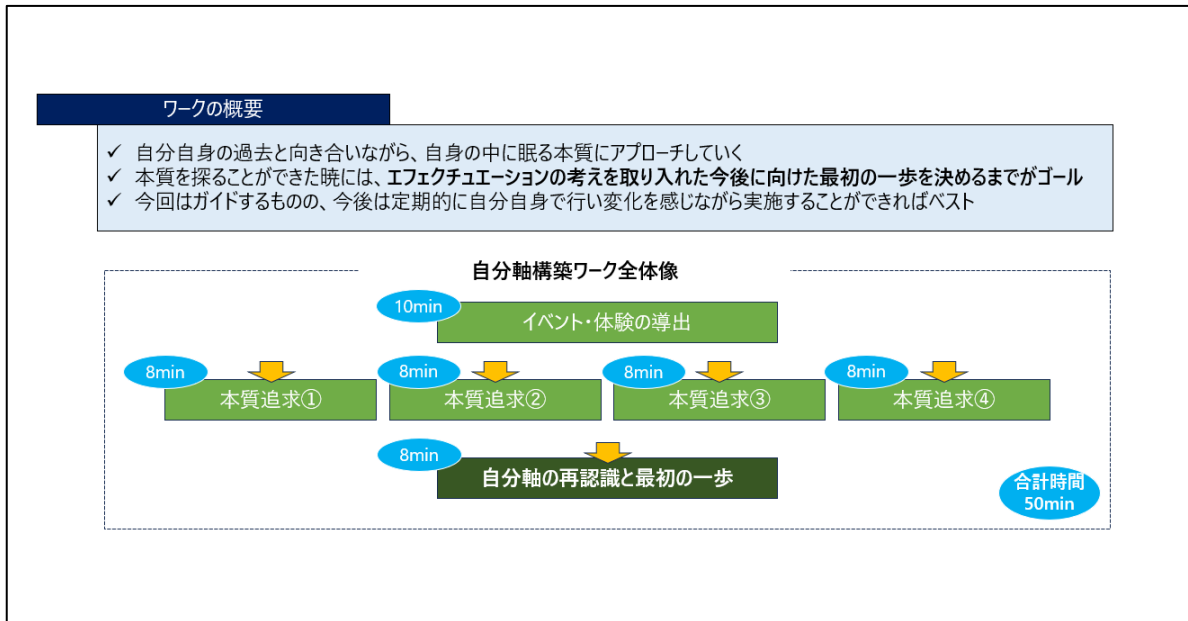


図 4-4:ナラティブストーリーの活用ステップ

第5章 起業家マインド向上ツール(ナラティブストーリーシート)の実験と有効性の検証

第5章では、第4章で開発した起業家マインド向上ツール(ナラティブストーリーシート)が有効であるかどうかの実験の方法を提示し、実験実施後、有効性を立証するための検証を行っていった。

5.1 実験方法

本研究では、起業家無関心層にあたる、起業などを志していない人を対象に行うために、20代～40代の企業に勤めている人(或いは、過去勤めていた人も含む)に対してワークを実施した。本実験においては、限られた時間の中で行っていく必要があったため、ワークの全体説明やワークシートの書き方などいつでも内容に対する質疑応答ができる状態で実験を進めていった。

一方で、ツールの普及を見据えると、毎回カウンセラーやコーチなどを頼るのは現実的ではない。そこで、可能な限り、各人の節目に自身だけで振り返りながら行うことができるように「ひとりでも自分軸を構築できる」ことを目指して開発を行った。ワークシートは6枚のシートで構成されている。(図5-1:ナラティブストーリーワークシート①(深掘りし価値観を導出する)～図5-6:ナラティブストーリーワークシート(価値観をもとに「Day0」を導出する))

		児童期 (～12歳)	思春期 (13歳～18歳)	成人期 (19歳～29歳)	成人後期 (30歳～)
②整理・深める ↑ ①書けること	感情曲線 (+コメント/イラスト)				
	A.夢中になっていたこと	XX	XX	XX	XX
	B.無理なく出来ていたこと (他人から褒められていたこと)	XX	XX	XX	XX
	C.尊敬していた人・キャラクター	XX	XX	XX	XX
	D.思い通りにいかず 苦しかったこと	XX	XX	XX	XX

図 5-1: ナラティブストーリーワークシート①(深掘りし価値観を導出する)

	児童期	思春期	成人期
A.夢中になっていたこと	XX ▼	XX ▼	XX ▼
特にどんな時に夢中になっていたか (Who/Where/How)	XX	XX	XX
なぜ夢中になれていたのか どんなところが夢中になれたのか (Why)	XX	XX	XX
共通する自分が 夢中になれることは (一般化)	XX ▼		
キーワード・コピーワーク (抽象化)	XX		

図 5-2: ナラティブストーリーワークシート②(過去の体験・出来事を洗い出す/夢中になっていたこと)

	児童期	思春期	成人期
B.無理なく出来ていたこと (他人から褒められていたこと)	XX ▼	XX ▼	XX ▼
特にどんな時にできていたか 褒められていたか (Who/Where/How)	XX ▼	XX ▼	XX ▼
なぜ出来ていたと思うか なぜ褒められていたと思うか (Why)	XX ▼	XX ▼	XX ▼
今も役にたっている力は どのような時に発揮されているか	XX ▼	XX ▼	XX ▼
自身の強みを抽象化 (キーワード)	XX ▼		

図 5-3: ナラティブストーリーワークシート③(過去の体験・出来事を洗い出す/無理なく出来ていたこと)

	児童期	思春期	成人期
C.尊敬していた人・ キャラクター	XX ▼	XX ▼	XX ▼
特にどんなところを 尊敬していたか (Who/Where/How)	XX ▼	XX ▼	XX ▼
なぜ自分は尊敬していたと思うか (Why)	XX ▼	XX ▼	XX ▼
共通する自分が 尊敬しているところは (一般化)	XX ▼		
キーワード・コピーワーク (抽象化)	XX ▼		

図 5-4: ナラティブストーリーワークシート③(過去の体験・出来事を洗い出す/尊敬していた人・キャラクター)

	児童期	思春期	成人期
D.思い通りにいかず 苦しかったこと	XX ▼	XX ▼	XX ▼
特にどんなところが苦しかったか (Who/Where/How)	XX ▼	XX ▼	XX ▼
なぜ乗り越えられたか (Why)	XX	XX	XX
共通する自分が 乗り越えられる力とは (一般化)	XX ▼		
キーワード・コピーワーク (抽象化)	XX		

図 5-5: ナラティブストーリーワークシート(過去の体験・出来事を洗い出す/思い通りにいかず苦し
かったこと)

	A. 夢中= 好きなこと	B. 無理なく= 得意なこと	C. 尊敬= 大切な価値観	D. 失敗= 立ち上がる力
自分の棚卸された武器 (Who I am)	XX	XX	XX	XX
自分は何を知っているか (経験、専門性/What I know)	XX			
自分は誰を知っているか (社会的ネットワーク/Who I know)	XX			
明日独立するのであれば、 何という会社名にするか	XX			

図 5-6: ナラティブストーリーワークシート(価値観をもとに「Day0」を導出する)

ナラティブストーリーの有効性を検証するために、以下の手順に沿った介入実験を実施した。また、バイアスを排除するために、実験協力者には、「自身の仕事の価値観を図ることを目的にワークを実施する」とだけ伝え、起業家マインドに関する実験ということは一切伝えなかった。

実験のステップを簡単に説明する。まず初めに、本日の趣旨や流れの説明、SDM 倫理規定に沿って個人情報保護の観点からの説明と同意書を取得したうえ（実験ステップ 1）で、第 3 章で特定した起業家マインドの尺度を実験前に実施してもらう（実験ステップ 2）。そのうえで、ナラティブストーリーを活用して自分自身と向き合い、価値観の導出と Day0 となる最初の一步までを構築していくワークを実施していく（実験ステップ 3）。実験後に、再度起業家マインドの尺度の確認を実施するとともに、インタビューを実施し、ワーク全体に対する疑問点や質問、ナラティブストーリーの内容の振り返り、妥当性確認やフィードバックを貰うような流れで実施した（実験ステップ 4）。

所要時間はワーク自体を 50 分で設計したものの、実施前の概要の説明や進め方、各ワークの意味の理解や内容の確認はもちろん、事前事後のアンケートやインタビューなどを行った結果、1 人当たり凡そ 2 時間～3 時間弱程度を要する実験となった。

また、実験前後で活用した起業家マインドの尺度の調査票の作成においては、起業家マインドを特定する際にも活用した、オンラインアンケート作成サービス Qualtrics を利用して作成を行った。実験協力者には、指定の URL を実験前後に送付し、回答してもらう形をとって調査結果を収集した。（図 5-7：自分軸構築シート有効性検証調査票（一部））

< 実験ステップ >

1. 本日の趣旨と流れの説明
 2. 起業家マインド定量アンケートの実施（事前）
 3. ナラティブストーリーの利用（自分軸構築シートの活用）
 4. 起業家マインド定量アンケートの実施（事後）・インタビューの実施
- （SDM 倫理審査承認番号：SDM-2024-E016）

【回答時間の目安：5分～10分】

本アンケートは、大学院の研究における「あなたの仕事に関する価値観」アンケート調査（XX問）となります。アンケートは、研究者とともに実施するワークの前後で2回実施する予定です。アンケート結果は全て匿名となるため、個人に関する情報が他の者に特定されることはありません。

特に、Q5以降は各質問に対して7段階の選択肢となりますがあまり深く考えずにありのままの回答にご協力ください。

事前①. 例のように日付を入力ください。依頼人が番号を指定した場合には番号も入力してください（例：20240531-I）

事前②. アンケートを回答するタイミングを教えてください

☐ 1.ワークの実施前

☐ 2.ワークの実施後

図 5-7: 自分軸構築シート有効性検証調査票(一部)

5.2 実験実施

実験は、筆者の知り合いあるいは、実験協力者が別の実験協力者を紹介してくれる、いくつかの箇所と告知などを行って集まっていた人などを含めて、前述のとおり20代～40代の企業勤めの男女に対して対象者18名に実施し、そのうち17名が全実験ステップを完了した。期間や開催場所は、2024年6月から9月の期間に仕事などを考慮して平日夜や土日に行い、開催場所も基本はオンラインで実施し、対面可能な人とは対面で実施することとした。

実験協力者のプロフィールを紹介する。男女比は、男性が71%、女性が31%と男性が多い形となった。また、年代も20代、30代が多く50代以上は0人と年代が偏っていることには結果としての留意が必要だと考える。また、職業はほとんどの方が企業に属している人が多くを占めているが、一部昨年まで働いていたものの現在は学生をやっている1名と自営業ではあるものの、委託的な形で各組織に属している方が1名入っているが、前者の方は、起業意思がなく現在も転職活動を行っており、卒業後には改めていずれかの組織に戻ることを確認できていることと、後者の方も、起業意思もなく組織に属しているものの雇用契約が委託という形となっているため自営業を選択しただけであるため、今回の対象者に入れて問題ないと判断して実験を進めた。

また、会社規模も1,000人以上のいわゆる大企業に勤めている方が一番多い結果となったものの、規模も様々な組織に属する人たちを収集することができた。(図5-8:性別・年代、図5-9:職業・所属会社規模)

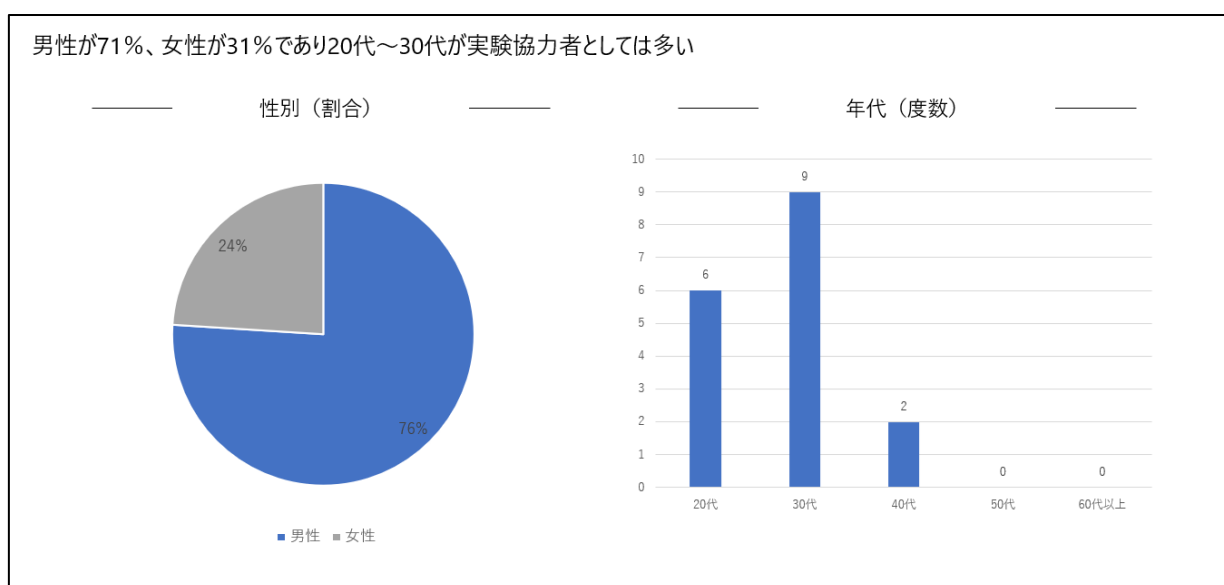


図 5-8:性別・年代

会社員が基本は多く、会社規模は中小から大企業まで幅広い

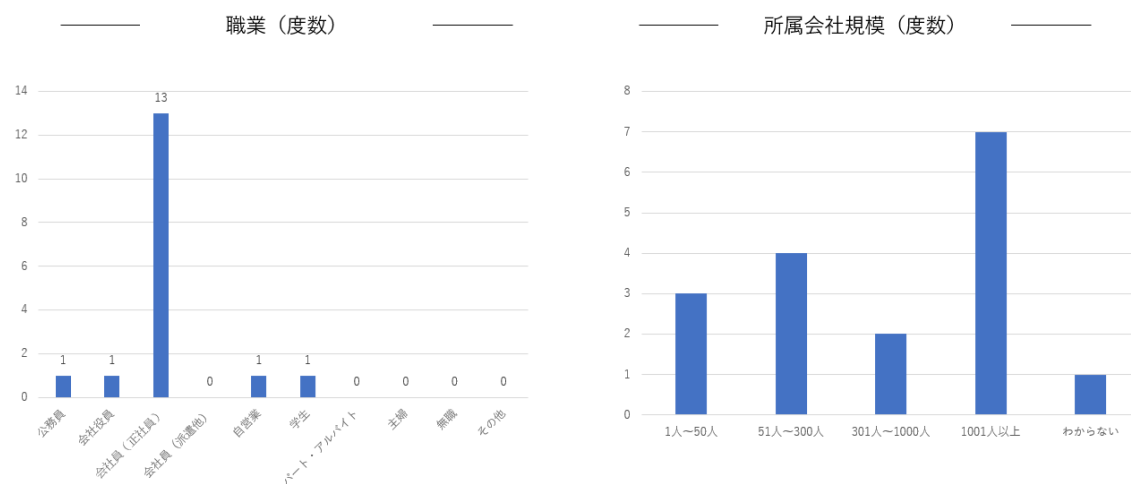


図 5-9:職業・所属会社規模

5.3 有効性検証

ナラティブストーリーを活用した前後における実験結果は以下の通りであった。因子ごとに差異の大きさは異なるものの 5 つ全ての因子において利用前よりも利用後に因子が向上することを確認できた。(図 5-10: 事前事後比較実験結果)

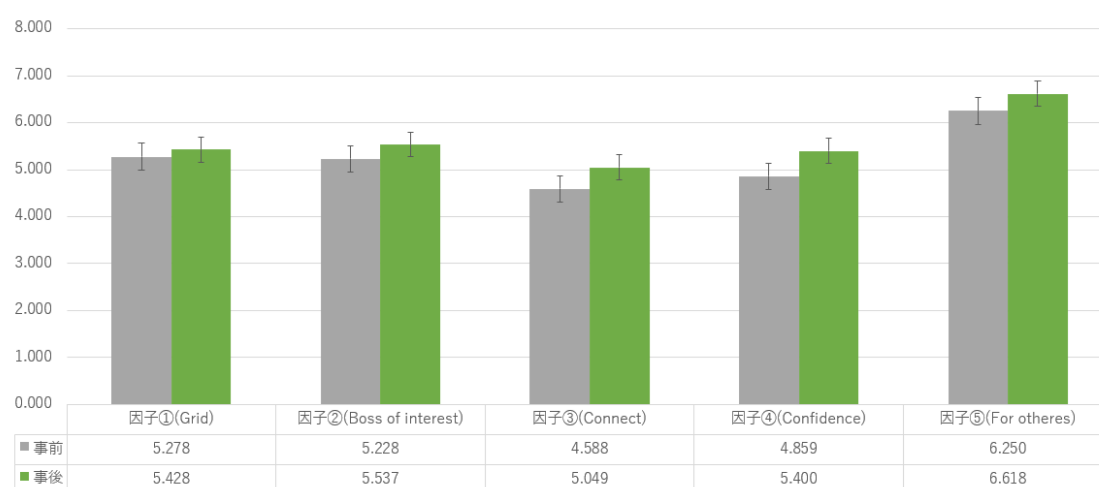


図 5-10: 事前事後比較実験結果

更に、全ての因子に対して差異の有効性を行うために t 検定を行った。その結果、「恐れない因子」と「他者のために因子」の 2 つの因子において $P < .05$ の結果を確認することができた。1 つ目の「恐れない因子」においては、事前の平均値が 5.228pts だったのに対して、事後の平均値は 5.537pts となっており、0.309pts の向上が見られた。更に検定した結果、t 値 -2.434、P 値 0.027 と有意差を確認することができた。実験者のワークシートを活用していく中で、自分自身の活動に対して改めて自己効力感が芽生え、興味関心があるものにはリスクを恐れないことが育まれたと解釈できる。

また、「他者のために因子」においては、事前の平均値が 6.250pts だったのに対して、事後の平均値は 6.618pts となっており、0.368pts の向上が見られた。更に検定した結果、t 値 -3.647、P 値 0.002 と有意差を確認することができた。自身の価値観の棚卸をしていく中で、自分一人ではなく他者によって自身が影響、形成されて

きたことを改めて認識し、今後の自身の選択軸には他者との関りを考える機会になったと推察される。その他の因子においては、実験前後において向上していることは見て取れるものの、有意差までは確認ができなかった。(図 5-11 : t 検定における検定結果)

サンプル：17	平均値		標準偏差		t値	P値
	事前	事後	事前	事後		
やり抜く(因子①)	5.278	5.428	0.619	0.701	-0.771	0.452
恐れない(因子②)	5.228	5.537	1.055	1.197	-2.434	0.027
人との繋がり(因子③)	4.588	5.049	1.303	1.156	-1.935	0.071
将来は希望(因子④)	4.859	5.400	1.200	1.158	-2.021	0.060
他者のために(因子⑤)	6.250	6.618	0.500	0.376	-3.647	0.002

T検定：一対の標本による平均の検定

図 5-11:t 検定における検定結果

5.4 妥当性確認と課題

今回開発したナラティブストーリーの効果を多面的に評価するために、実験後のインタビューを実施した。まずは、ツールの評価について実験協力者からの感想の一部を以下に挙げる。いずれの感想からも確認できるように、ツールに対するネガティブな意見がほとんどなく過去の類似したツールや、個人で過去行ったツールよりも、深く、広く自分自身を知ることや価値観を導出することにつながり有効であったとのコメントを得ることができ、ツールの有効性を確認することができた。(図 5-12 : 実験協力者コメント (一部))

一方で課題として出たものは、このツールの活用を通して、本研究の上位概念にあたる、「起業家無関心層が、自己理解・自己認識を通して、起業家マインドを育むことで、起業家や起業家関心層などチャレンジする人を応援、支援できるか」というものを確認するために、インタビューの中で確認した「ツールの活用

後において、挑戦・チャレンジしている人を見る視点が変わったか」という問いには意見が分かれた。「自分を知ること、他者に対してもチャレンジの背景や動機に興味を持てるようになる」という人や、「自分にも苦手なことやできないことがあるように、他者も同様なものがあると理解して接することができる」などの肯定的意見があった一方で、「もともと挑戦している人は凄いのでは変わらない」という意見や、「今はまだ自分自身のことで精一杯なので、他者を許容できるまでには至っていないと思う」など全てが上位概念を肯定できるような結果には至らなかった。

この点を、改善していくポイントとして、起業無関心層の中にも「既に肯定的に捉えている人」と「否定的あるいは無関心の人」に分類されるため、ツールを利用してもらう対象者の絞り込みを行っていくことが不可欠だと考える。また、今回は自分自身との対話が中心だったものの、他者の考えや他者の自己分析を両者で開示していくなど、1 視点だけでなく、2 視点、3 視点などの他視点の設計していくことでもう一歩近づいていくことができると考える。

実験協力者	コメント
30 代男性 A	会社などでも似たようなものを行ったことがあるが、今回は深く過去を遡って確認することでワーク後のほうが自分を知ることが多かった。自分の過去の経験が今につながっている感覚を得ることができた
20 代男性 A	自分自身を言語化してみて改めて変わっていると感じたが、自分の思っていた自分ではなくてよかった。過去を振り返ることは普段もするが、人と話をしながら振り返ることで整理ができ、自分自身の特徴を再認識することができた。
20 代女性 A	これまでは思い通りにいかないときは、「忍耐力」で乗り越えていたと思ったが、自分は「人と対話すること」で乗り越えてきたことに気づけたことで今後に生かせると感じた。
20 代男性 B	自分のやってきたことを棚卸することで自身をより理解することができた。自分を知ることによって自分に自信が持てた
30 代男性 B	ここまで深く自己分析をしたことがなかったので自分が何となく思っていることを言語化できてよかった。迷いがなくなった
30 代女性 A	

	自分では気づけなかったが、自分の範囲というものが存在しており、自分の範囲の中のことは興味があるものの、範囲を超えると全く興味がなくなる。今後のチャレンジの際に意識することで意思決定方法が変わる。
--	--

図 5-12:実験協力者コメント(一部)

第6章 結言

第 6 章では、これまでの研究の内容を再整理し、結論を述べていく。また、本研究における限界と今後の展望を明記し、結言とした。

6.1 結論

本研究では、日本のスタートアップが政府の後押しや投資環境が整ってきていることなどから活発化してきている一方で、諸外国と比較したときに遅れている要因を起業家や起業家候補群などではなく、周囲を取り囲む起業家無関心層によるリスク回避思考が大きいと仮定し、彼らの思考や行動を変えることが日本のスタートアップの一助になるという考えのもと、論考を進めてきた。そのために、本研究では 2 つのステップをとった。

最初のステップは、起業家無関心層にも活用できる起業家マインドを定量的に把握するための因子を因子分析により導出し 5 つの因子を特定できた。1 つ目が「決して諦めずにやり抜く(Grid)」、2 つ目が「興味関心があるものには、リスクを恐れない(Boss of interest)」、3 つ目が「自然と人と繋がれる(Connect)」、4 つ目が「将来は希望だ(Confidence)」、5 つ目が「他者の喜びが自分の喜び(For others)」である。

次のステップでは、起業家無関心層に対して、1 つ目で導出した起業家マインドが向上できるように、過去の体験、経験を振り返り、自身の中に眠る価値観を導出するナラティブストーリーツール(起業家マインド向上ツール)を開発し、介入実験を行ったうえで有効性を確認した。ナラティブストーリーは価値観を導出するに留まらず、起業家が起業初日に自身の考えや思いを書き綴る「Day1」ならぬ、エフェクチュエーションの考えを取り入れた起業夜明け前の「Day0」となる新しい一步を構築するところまでをサポートした。起業に関心がない企業に勤める 20 代～40 代の男女に対して、介入実験を行った結果、全ての因子において実験後に数値が向上し、t 検定を行った結果その中でも、起業家マインド 2 つ目「興味関心があるものには、リスクを恐れない(Boss of interest)」、5 つ目「他者の喜びが自分の喜び(For others)」の 2 つの因子においては、有意差が確認できた。

本研究の成果として、これまで起業家関心層や起業家を育てる研究は進んできたものの、起業家無関心層に焦点を当てた対象者が幅広い人を対象とした研究となった点や、本研究で開発した自身を内省し、自身と向き合いながら価値観やDay0 を導出していく、自分軸構築シートとしたナラティブストーリーは一定程度、起業家マインドを向上させる効果があると確認ができたことは大きな成果である。

6.2 研究の限界

本研究の限界について 2 点述べておく。1 点目は、起業家マインドを特定する際に、起業家無関心を対象とするために、ケース・スタディ・リサーチから導出された起業家マインドを既存尺度に定義しなおしたものを、起業家も含む 20 代～70 代の方を対象にWEBアンケートを実施し因子分析を行ったため、必ずしもいかなる人にも当てはまる起業家マインドとはなっていない点には留意が必要だと考える。2 点目は、ナラティブストーリーを活用することで、起業家マインドが向上する実験において、t 検定を実施したものの、データ数は 17 に留まる。今後、本ツールを更に発展的に活用していくためには、データ数を加えたうえでの検証が必要となると考える。

6.3 今後の展望

本研究の今後の展望についても述べておく。まず、自分軸構築シートとして開発したナラティブストーリーの価値観導出方法を更に複数パターン用意し、対象者にあったものを提供できるように複数パターン用意していきたい。また、やはり今回の現ツールを活用するためにはコーチ役となる人が必要となるため、生成 AI など活用して可能な限り自走できるツールとなるように努めていきたい。

また、今回は実験として活用したものの、本質的には今回のような自分を内省し、自分の軸を構築するような取り組みが起業家教育に取り入れられることを目指していく必要がある。そのためにも、企業内研修などへの活用や人材開発研修企業などへの提供なども視野に研究の活動の対象や幅を広げていく必要があると考えている。

本研究が、日本のスタートアップ活性化と生活者や諸外国を驚かすスタートアップが誕生していく一助になることを期待している。

謝辞

本研究の実施及び論文執筆において多くの方々のご指導とご支援があり書きあげることができました。

まずは、慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科(以下 **SDM**)の指導教員である矢向高弘教授には、お忙しい中、社会人学生の私に合わせていただき毎週1度の1on1を約1年以上も続けてくださりました。混迷した際も、根気強く、更にご丁寧にご指導いただきました。テーマも未知な領域が多い中、真摯に向き合ってくださいったことに深く感謝申し上げます。卒業後も仕事柄より一層関係ができると思っています。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

次に、副査である山形先生からはグローバルにおける視点、視座の大切さや研究における本質的な質問を問いかけてくださり、研究を更に深く考え進める機会を与えてくださいました。ありがとうございました。

SDMの特別招聘教授でもあり、現在は叡敬大学ソーシャルシステムデザイン学部の学部長でもある保井俊之教授には、本当にご多忙の中、私のテーマについて大切な助言をいただきました。私の自己効力感を高めてくださっただけでなく、今回の研究において非常に貴重なアドバイスをいただき一気に研究を進めることができました。改めて感謝申し上げます。

猪熊先生には、定期的にラボにも参加させていただき研究以外のことも含めて様々なご相談に真摯に乗っていただきました。私の **SDM** 生活にはなくてはならない存在でした。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

そして、同期の皆さんの多くの刺激があったからこそ、自身の頑張る原動力になりました。仕事との調整の都合上、限られた方しか交流できませんでしたが卒業後は更に交流が広がり、深まっていくことを楽しみにしています。他 **SDM** 指導教員の皆様においきましては、各授業においても新しい視点や忌憚のないご意見が何度も励みになりました。学びがこれほどまでに尊く、楽しいものなのかと何度も思い起こさせてくださいました。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

最後に、2年という貴重で多忙な毎日を文句も一つ言わずに支えてくれた家族には感謝してもしきれません。これから少しずつでも、必ず恩を返していきます。更に楽しい人生を歩んでいきましょう。

そして、**SDM** 生活を通じて私に関与してくださった皆様に感謝申し上げます。

2025年1月

参考文献

- ・Bloomberg「【コラム】失われた 30 年が変えた日本、進化し次の時代へ
(<https://www.bloomberg.co.jp/news/articles/2024-04-25/SCGX1IT0AFB400>)2025/1/22 最終アクセス」(2024)
- ・内閣官房「スタートアップ育成 5 か年計画」(2022)
- ・中小企業庁「2022 年度版 中小企業白書」
- ・経済産業省「スタートアップファイナンス研究会 とりまとめ」(2024)
- ・内閣官房 新しい資本主義実現本部事務局「スタートアップに関する基礎資料集」
(2022)
- ・こども家庭庁 長官官房参事官(総合政策担当)「我が国と諸外国のこどもと若者の意識に関する調査」(2023)
- ・石黒順子「なぜ日本の若者は起業家を目指さないのか? : 高校生へのアンケートを踏まえて」現代経営経済研究, Toyo Gakuen University business and economic review 5(3), 101-105 (2020)
- ・陳立行「起業行動についての比較研究～日本・中国・マレーシアを例として～」日本福祉大学経済学会・日本福祉大学福祉社会開発研究所『日本福祉大学経済論集』30 号 131-(2005)

- ・川名和美「中小企業の創業とアントレプレナー・起業家教育－日本における 起業家教育システムと生育メカニズム－」 日本中小企業学会論集 33 巻同友館 238-250 (2014)
- ・Shapero and Sokol「Social dimensions of entrepreneurship」In C. A. Kent, D. L. Sexton A, and K. H. Vesper (Eds.), Encyclopedia of entrepreneurship. Englewood Cliffs, Prentice Hall. 72-90(1982)
- ・Ajzen「The theory of planned behavior.」 Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50: 179–211(1991)
- ・Miller, D.「The correlates of entrepreneurship in three types of firms.」 Management Science, 29, 770– 791(1983)
- ・Covin,J.G.,& Wales,W,J.「The measurement of entrepreneurial orientation.」 Entrepreneurship theory and practice, 36(4), 677-702(2012)
- ・ Bolton 、 D.,& Lane,M.D. 「 Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument.」 Education+ Training,vol51 Iss 2/3 219-233(2012)
- ・佐藤善信「新市場創造における企業家の役割:ケース・スタディ・リサーチをベースとして」伊賀隆学長退任記念論文集(学校法人中内学園流通科学大学),2 月,pp155-

182(2003a)

・大江健 杉山千佳「起業家教育」で子供が変わるー「ビジネスの楽しさ」を教え、独創性と行動力を育てるー日本経済新聞社出版社(1999)

・田路則子・浅川希洋志・林永周・山田裕美.「フロー経験と起業マインド」

『VENTURE REVIEW』38, 29-33. (2021)

・大江健「明日の日本を担う人材を育成するための起業家教育」,『都市問題開発』, 57(9), pp.3-20(2005).

・玉井由樹・田路則子・鹿住倫世・藤村まこと・山田裕美・五十嵐伸吾.「大学生の起業意思に関する調査レポート」『イノベーション・マネジメント』18, 207-229(2021)

・The Joint Research Centre, European Commission's in-house science service
「EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework」(2016)

・前野隆司「幸せのメカニズムー実践・幸福学入門」,講談社現代新書 (2013)

・成田健一ほか「特性的自己効力感尺度の検討-生涯発達の利用の可能性を探る-」
Japanese Journal of Educational Psychology, 編 43 p306-314(1995)

・小塩真司ほか「ネガティブな出来事からの立ち直りを導く心理的特性・精神的回復尺度の作成-」カウンセリング研究,Japanese journal of counseling science / 日本カウンセリング学会編集委員会編, 35 編 57-65 (2002)

- ・堀野緑「達成動機の構成因子の分析-達成動機概念の再設計-」教育心理学研究, The Japanese journal of educational psychology / 日本教育心理学会教育心理学研究編集委員会編 35(2) p148-154(1987)
- ・清水裕土「フリーの統計分析ソフト HAD:機能の紹介と統計学習・教育, 研究実践における利用方法の提案」メディア・情報・コミュニケーション研究, 1, 59-73. (2016)
- ・ Kanter, Rosabeth Moss, 「 Three tiers for innovation research」, Communication Research 15.5 ,509-523 (1988)
- ・Kolb, D. 「Experiential learning experience as the source of learning and development.」 Prentice Hall, Inc.. (1984)
- ・キャロリン・M・クラーク、マーシャ・ロシター著、荻野亮吾訳「成人期のナラティブ 学習」、シャラン・B・メリアム編、立田慶裕、岩崎久美子、金藤ふゆ子、荻野亮吾訳『成人学習理論の新しい動向—脳や身体による学習からグローバリゼーションまで』福村出版、pp.91-104.(2010)
- ・池田浩・三沢良「失敗に対する価値観の構造-失敗感尺度の開発-」教育心理学研究 60 巻 4 号 p367-379(2012)
- ・Marlowe, D. & Gergen, K. 「Personality and Social Interaction」 The handbook of social psychology, 2nd edition Vol. 111 590-608 (1969)

・Miller, W. R., C'de Baca, J., Matthews, D. B., & Wilbourne, P. L "Personal Values Card Sort: A Tool for Motivational Interviewing." (2001)

・八木仁平「世界一やさしい『やりたいこと』のを見つけ方 人生のモヤモヤから解放される自己理解メソッド」(KADOKAWA) (2020)

・吉田満梨「エフェクチュエーション:優れた起業家が実践する『5つの原則』」(ダイヤモンド社)、(2023)

・Sarasvathy, Saras D.(2008)Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise, Edward Elgar(加護野忠男 監訳, 高瀬進・吉田満梨訳『エフェクチュエーション:市場創造の実効理論』碩学舎, 2015)

Appendix

● 起業家マインド調査票一覧

【回答時間の目安：15分～20分】

本アンケートは、大学院の研究における「あなたの生活に関する」アンケート調査（78問）となります。アンケート結果は全て匿名となるため、個人に関する情報が他の者に特定されることはありません。

特に、Q4以降は各質問に対して7段階の選択肢となりますがあまり深く考えずにありのままの回答にご協力ください。

Q1. あなたの性別を教えてください

☐ 男性

☐ 女性

Q2. あなたの年代を教えてください（SA）

☐ 20代

☐ 30代

☐ 40代

☐ 50代

☐ 60代以上

Q3. あなたの職業を教えてください (SA)

- ☐ 公務員
- ☐ 会社役員
- ☐ 会社員 (正社員)
- ☐ 会社員 (派遣社員/契約社員)
- ☐ 自営業
- ☐ 学生
- ☐ パート・アルバイト
- ☐ 主婦
- ☐ 無職
- ☐ その他

Q4. 自分が立てた計画は、うまくできる自信がある

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q5. やらなければならないことがあれば、すぐに取り掛かる

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q6. 初めはうまくいかない仕事でも、できるまでやり続ける

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q7. 新しい友達を作るのは得意だ

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q8. 重要な目標を決めると、たいてい成功する

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q9. 何かを終えるまであきらめない

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q10. 会いたい人を見かけたら、向こうから来るのを待たないでその人の所へ行く

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q11. 困難に出会うのを受け入れる

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q12. 非常にややこしく見えることでも、手を出そうと思う

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q13. 友達になりたい人であれば、友達になるのが大変であってもすぐに動く

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q14. 面白くないことをする時でも、それが終わるまで頑張る

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q15. 何かをしようと思ったら、すぐに取り掛かる

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q16. 新しいことを始めようと決めて、出だしでつまづいても決してあきらめない

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q17. 最初は友達になる気がしない人でも、すぐにあきらめないで友達になろうとする

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q18. 思いがけない問題が起こっても、それをうまく対処できる

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q19. 難しそうなことでも、新しく学ぼうと思う

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q20. 失敗すると、一生懸命やろうと思う

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q21. 人の集まりの中でも、うまく振舞える

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q22. 何かをしようとする時、自分にそれができかどうか不安にならない

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q23. 人に頼らないほうだ

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q24. 私は自分から友達を作るのがうまい

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q25. すぐにあきらめない

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q26. 人生で起こる問題の多くは対処できると思う

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q27. いつも何か目標をもっていたい

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q28. 何でも手掛けたことには最善を尽くしたい

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q29. 仕事をうまくやるためには難しいことでも時間をかけてやる

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q30. 自分の好きなことにうまくなるためには努力する

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q31. 何か小さなことでも自分にしかできないことをしたいと思う

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q32. きょう 1 日何をしようかと考えることは楽しい

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q33. 決定的に失敗かどうかわかる前には仕事から手を引くことは絶対にいやだ

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q34. 自分のことをもう・・・だからと考えるより、まだ・・・だからと考えることのほうが多い

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q35. 他人から与えられた仕事をするよりも失敗の可能性が50%あっても自分で計画してやることのほうが好きだ

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q36. 世に出て成功したいと強く願っている

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q37. ほかの人が以前に失敗していることでもやりたい

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q38. 何かの仕事や職業または専門分野で第一人者になりたい

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q39. 私はほかの会社で人に仕えるよりは50%の破産の危険性があっても自分で事業を經營したい

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q40. 何か新しいことにチャレンジすることは好きだ

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q41. 色々なことにチャレンジするのが好きだ

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q42. 新しいことや珍しいことが好きだ

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q43. 物事に対する興味や関心が強いほうだ

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q44. 私はいろいろなことを知りたいと思う

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q45. 困難なことがあってもそれは人生にとって価値があるものだと思う

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q46. 慣れないことをするのも好きだ

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q47. 新しいことを始めることは容易である

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q48. 自分の未来にはきっといいことがある

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q49. 将来の見通しは明るいと思う

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q50. 自分の将来に希望を持っている

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q51. 自分には将来の目標がある

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q52. 自分の目標のために努力している

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q53. 私は有能である

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q54. 私は社会・組織の要請に応えている

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q55. 私のこれまでの人生は、変化、学習、成長に満ちていた

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q56.今の自分は「本当になりたかった自分」である

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q57. 人の喜ぶ顔が見たい

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q58. 私を大切に思ってくれる人たちがいる

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q59. 私は、人生において感謝することがたくさんある

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q60. 私は日々の生活において、他者に親切にし、手助けしたいと思っている

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q61. 私はものが思い通りにいくと思う

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q62. 私は学校や仕事での失敗や不安な感情をあまり引きずらない

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q63. 私は他者との近しい関係を維持することができる

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q64. 自分は人生で多くのことを達成してきた

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q65. 私は自分と他者がすることをあまり比較しない

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q66. 私に何ができて何ができないかは外部の制約のせいではない

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q67. 自分自身についての信念はあまり変化しない

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q68. テレビを見ると、チャンネルをあまり頻繁に切り替え過ぎない

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q69. 未知の世界へ飛び込み、大胆に行動するのが好きだ。

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q70. 大きな報酬をもたらす可能性のあるものならば、多くの時間とお金を費やしたいと思う。

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q71. リスクのある状況であっても「思い切って」行動する傾向がある。

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q72. 型にはまらないが、必ずしもリスクではないような、何か新しいことに挑戦をしたい方だ。

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q73. これまで使用され、改良されてきたアプローチを選択するよりも、ゼロからの独創的なアプローチの検討に重点を置きたい。

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q74. 新しいことを学ぶときは、他の人と同じようにやるのではなく、自分なりのやり方で試すことを好む。

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q75. 問題を解決するために、他の人が使うような一般的な方法ではなく、自分で試行錯誤した独自のアプローチを選択したい。

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q76. 普段から、将来の社会環境の変化を予想して行動している。

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q77. チームで新しいプロジェクトを始める際に、前もって準備しておく傾向がある。

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q78. チームで動くときに、他のメンバーの行動を待つよりも、自ら率先して行動することを好む。

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

● 自分軸構築シート有効性検証調査票

【回答時間の目安：5分～10分】

本アンケートは、大学院の研究における「あなたの仕事に関する価値観」アンケート調査（XX問）となります。アンケートは、研究者とともに実施するワークの前後で2回実施する予定です。アンケート結果は全て匿名となるため、個人に関する情報が他の者に特定されることはありません。

特に、Q5以降は各質問に対して7段階の選択肢となりますがあまり深く考えずにありのままの回答にご協力ください。

事前①. 例のように日付を入力ください。依頼人が番号を指定した場合には番号も入力してください（例：20240531-I）

事前②. アンケートを回答するタイミングを教えてください

☐ 1. ワークの実施前

☐ 2. ワークの実施後

Q1. あなたの性別を教えてください

☐ 男性

☐ 女性

Q2. あなたの年代を教えてください（SA）

☐ 10代

☐ 20代

☐ 30代

☐ 40代

☐ 50代

☐ 60代以上

Q3. あなたの職業を教えてください（SA）

- ☐ 公務員
- ☐ 会社役員
- ☐ 会社員（正社員）
- ☐ 会社員（派遣社員/契約社員）
- ☐ 自営業
- ☐ 学生
- ☐ パート・アルバイト
- ☐ 主婦
- ☐ 無職
- ☐ その他

Q4. あなたが属する企業の企業規模を教えてください（SA）

- ☐ 1人~50人
- ☐ 51人~300人
- ☐ 301人~1000人
- ☐ 1001人以上
- ☐ わからない

Q5. 新しいことを始めようと決めて、出だしでつまづいても決してあきらめない

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q6. 何かを終えるまであきらめない

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q7. やらなければならないことがあれば、すぐに取り掛かる

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q8. 初めはうまくいかない仕事でも、できるまでやり続ける

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q9. 重要な目標を決めると、たいてい成功する

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q10. 自分が立てた計画は、うまくできる自信がある

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q11. 人に頼らないほうだ

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q12. すぐにあきらめない

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q13. 何かをしようと思ったら、すぐに取り掛かる

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q14. 仕事をうまくやるためには難しいことでも時間をかけてやる

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q15. 思いがけない問題が起こっても、それをうまく対処できる

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q16. 色々なことにチャレンジするのが好きだ

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q17. 何か新しいことにチャレンジすることは好きだ

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q18. 新しいことや珍しいことが好きだ

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q19. 物事に対する興味や関心が強いほうだ

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q20. 私はいろいろなことを知りたいと思う

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q21. 私はほかの会社で人に仕えるよりは50%の破産の危険性があっても自分で事業を經營したい

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q22. 何かの仕事や職業または専門分野で第一人者になりたい

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q23. 世に出て成功したいと強く願っている

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q24. 私は自分から友達を作るのがうまい

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q25. 新しい友達を作るのは得意だ

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q26. 友達になりたい人であれば、友達になるのが大変であつてもすぐに動く

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q27. 最初は友達になる気がしない人でも、すぐにあきらめないで友達になろうとする

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q28. 人の集まりの中でも、うまく振舞える

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q29. 会いたい人を見かけたら、向こうから来るのを待たないでその人の所へ行く

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q30. 将来の見通しは明るいと思う

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q31. 自分の将来に希望を持っている

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q32. 自分の未来にはきっといいことがある

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q33. 今の自分は「本当になりたかった自分」である

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q34. 私はものごとが思い通りにいくと思う

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q35. 私は、人生において感謝することがたくさんある

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q36. 人の喜ぶ顔が見たい

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

Q37. 私は日々の生活において、他者に親切にし、手助けしたいと思っている

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

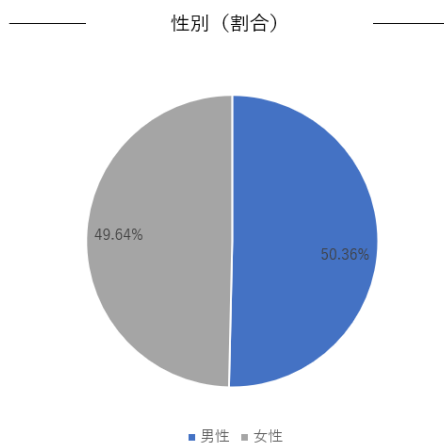
Q38. 私を大切に思ってくれる人たちがいる

- ☐ 1.全くあてはまらない
- ☐ 2.ほとんど当てはまらない
- ☐ 3.あまり当てはまらない
- ☐ 4.どちらともいえない
- ☐ 5.少し当てはまる
- ☐ 6.だいたい当てはまる
- ☐ 7.非常によく当てはまる

● 起業家マインド調査結果基本情報

調査基本情報① (Research basic information)

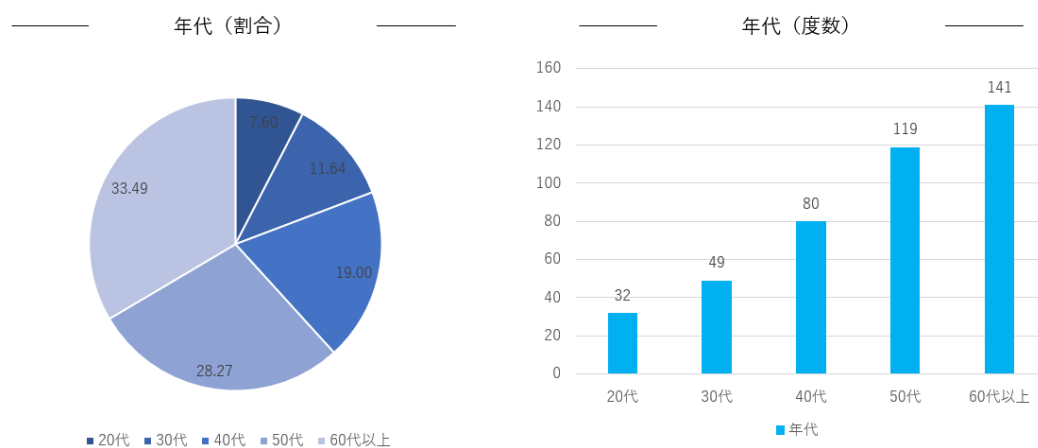
男性が50%、女性が49%とおおよそ半分の比率で収集。



基本情報①(性別割合)

調査基本情報② (Research basic information)

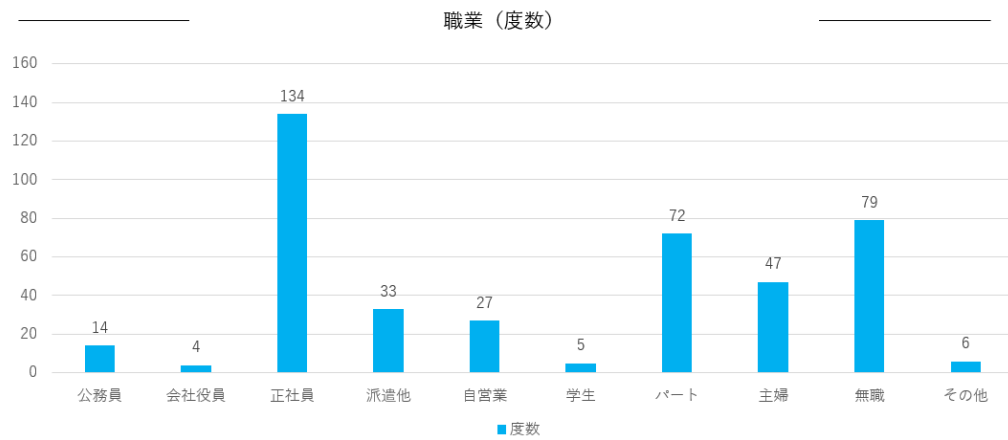
年代は60代以上が多い結果になったものの、可能な限り人口分布に近い形で収集。



基本情報②(年代/割合・度数)

調査基本情報③（Research basic information）

正社員を多く、また幅広い方々に回答してもらう形がとれた。



基本情報③(職業度数)

● ナラティブストーリーワークシート

		児童期 (～12歳)	思春期 (13歳～18歳)	成人期 (19歳～29歳)	成人後期 (30歳～)
② 整理・深める ↓ ① 書く	感情曲線 (+コメント/イラスト)				
	A.夢中になっていたこと	XX	XX	XX	XX
	B.無理なく出来ていたこと (他人から褒められていたこと)	XX	XX	XX	XX
	C.尊敬していた人・キャラクター	XX	XX	XX	XX
	D.思い通りにいかず 苦しかったこと	XX	XX	XX	XX

過去のイベント・体験の導出とモチベーショングラフ

	児童期	思春期	成人期
A.夢中になっていたこと	XX ▼	XX ▼	XX ▼
特にどんな時に夢中になっていたか (Who/Where/How)	XX ▼	XX ▼	XX ▼
なぜ夢中になれていたのか どんなところが夢中になれたのか (Why)	XX ▼	XX ▼	XX ▼
共通する自分が 夢中になれることは (一般化)	XX ▼		
キーワード・コピーワーク (抽象化)	XX		

「A.夢中になっていたこと」の深掘りと一般化・抽象化

	児童期	思春期	成人期
B.無理なく出来ていたこと (他人から褒められていたこと)	XX	XX	XX
特にどんな時にできていたか 褒められていたか (Who/Where/How)	XX	XX	XX
なぜ出来ていたと思うか なぜ褒められていたと思うか (Why)	XX	XX	XX
今も役にたっている力は どのような時に発揮されているか	XX	XX	XX
自身の強みを抽象化 (キーワード)		XX	

「B.無理なく出来ていたこと」の深掘りと一般化・抽象化

	児童期	思春期	成人期
C.尊敬していた人・ キャラクター	XX	XX	XX
特にどんなところを 尊敬していたか (Who/Where/How)	XX	XX	XX
なぜ自分は尊敬していたと思うか (Why)	XX	XX	XX
共通する自分が 尊敬しているところは (一般化)		XX	
キーワード・コピーワーク (抽象化)		XX	

「C.尊敬していた人・キャラクター」の深掘りと一般化・抽象化

	児童期	思春期	成人期
D.思い通りにいかず 苦しかったこと	XX ▼	XX ▼	XX ▼
特にどんなところが苦しかったか (Who/Where/How)	XX ▼	XX ▼	XX ▼
なぜ乗り越えられたか (Why)	XX	XX ▼	XX
共通する自分が 乗り越えられる力とは (一般化)		XX ▼	
キーワード・コピーワーク (抽象化)		XX	

「D.思い通りにいかず苦しかったこと」の深掘りと一般化・抽象化

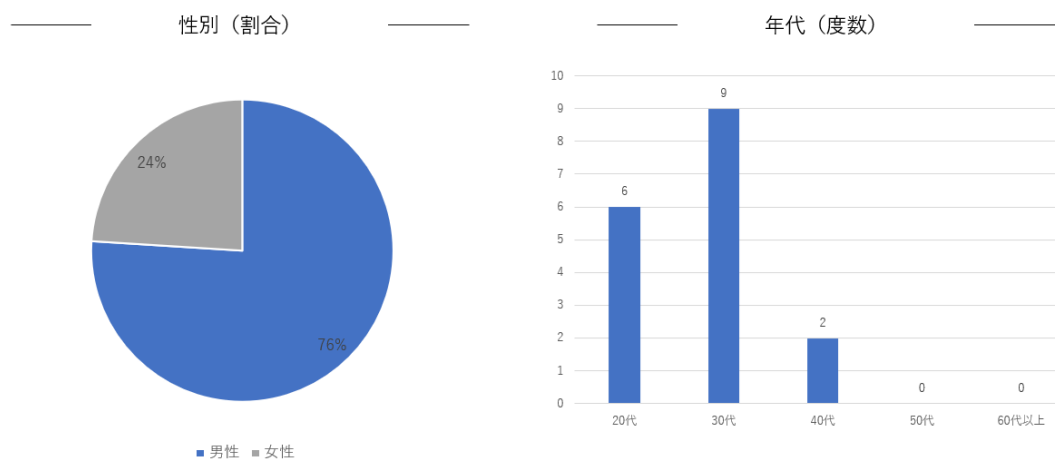
	A.夢中＝ 好きなこと	B.無理なく＝ 得意なこと	C.尊敬＝ 大切な価値観	D.失敗＝ 立ち上がる力
自分の棚卸された武器 (Who I am) ✕	XX	XX	XX	XX
自分は何を知っているか (経験、専門性/What I know) ✕			XX	
自分は誰を知っているか (社会的ネットワーク/Who I know)			XX ▼	
明日独立するのであれば、 何という会社名にするか			XX	

価値観の導出と Day0 の導出

● 自分軸構築シート有効性検証実験結果の基本情報

実験基本情報① (Experimental basic information)

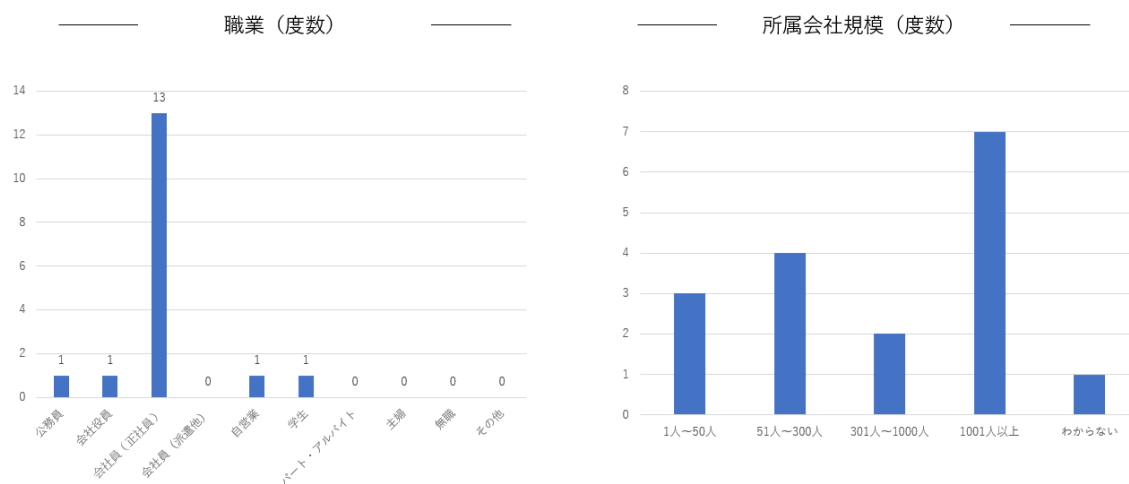
男性が71%、女性が31%であり20代～30代が実験協力者としては多い



基本情報①:性別・年代

実験基本情報② (Experimental basic information)

会社員が基本は多く、会社規模は中小から大企業まで幅広い



基本情報②:職業・所属会社規模