

日常生活におけるアートと アントレプレナーシップに関する基礎的調査研究

西村 実花子

金沢大学大学院人間社会環境研究科博士前期課程

金間 大介

金沢大学融合研究域融合科学系教授

東京大学未来ビジョン研究センター客員教授

目次

1. はじめに.....	3
2. 背景.....	3
2. 1. アートを活用した人材育成の事例.....	3
2. 2. ビジネスの場における「〇〇シンキング」の台頭.....	4
3. 先行研究.....	6
3. 1. アートの定義.....	6
3. 2.アントレプレナーシップの評価指標.....	6
3. 3.アントレプレナーシップとパーソナリティの関係.....	6
4. 研究方法.....	7
4. 1. 概要.....	7
4. 2. デモグラフィック.....	7
4. 2. 日常生活におけるアートとの接点（アートレベル）.....	8
4. 3. アントレプレナーシップに関する設問.....	9
4. 4. パーソナリティに関する設問.....	10
5. 結果.....	11
5. 1. 単純集計結果.....	11
5. 1. 1. デモグラフィック.....	11
5. 1. 2. 日常生活におけるアートとの接点（アートレベル）.....	14
5. 1. 3. 起業態度（Entrepreneurial Attitude: EA）.....	17
5. 1. 4. Big Five.....	18
5. 1. 5. 心理的資本.....	19
5. 2. クロス集計結果.....	19
5. 2. 1. アートレベル×性別・年齢.....	19
5. 2. 2. EA×性別・年齢.....	21
5. 2. 3. アートレベル×EA.....	24
5. 2. 4. 心理的資本×性別・年齢.....	28
5. 3. 相関分析.....	30
5. 3. 1. アートレベル×EA.....	32
5. 3. 2. EA×Big Five.....	32
5. 3. 3. EA×心理的資本.....	32
5. 4. 単回帰分析.....	32
5. 4. 1. EA に対する Big Five.....	33
5. 4. 2. EA に対する心理的資本.....	34

5. 4. 3. EA に対するアートレベル.....	34
6. まとめと考察.....	34
7. 本調査の限界と今後について.....	36
8. 謝辞.....	36
9. 参考文献.....	37

1. はじめに

本研究の目的は、日常生活におけるアートとアントレプレナーシップの関係性を明らかにすることである。アントレプレナーシップとは、新たな価値を生み出すための個人の資質や行動、スキルなど多次元の要素を含む概念であり、不確実性が高まる今の経済社会において、アントレプレナーシップは新規事業を始める人のみならず、社会全体に必要であるとされている (Covin & Slevin, 2002 ; Neck et al., 2017)。

実際に日本では、政府や教育機関を中心にアントレプレナーシップの醸成が取り組まれている。文部科学省は平成29年度より「次世代アントレプレナー育成事業(EDGE-NEXT)」を開始した。ここでは、起業や新規事業創出に挑戦する人材を育成するため、大学生や大学院生、若手研究者を対象に様々な支援を行っている。東京大学では、2005年度以来「東京大学アントレプレナー道場」が開講されている。起業やスタートアップについて一連のプログラムを通して初歩から体系的に学ぶことができ、第一期(2005年)から第十八期(2022年)までに5,000名以上の学生が受講し、100名以上の卒業生がその後起業するに至っている。

他方、近年に入り、新たに注目を集めているのがアートを活用した取り組みである。すでに先進的な企業を中心に、創造性の向上や問題提起力の育成などを目的として、アーティスト・イン・レジデンスやアーティストによるレクチャー、対話型鑑賞法などが実践されている。

こうした社会的背景がある一方で、学術の世界では、アートとアントレプレナーシップの関係性について明らかになっていない部分が多い。そこで本研究では、アンケート調査を通して、日常生活におけるアートとの接点の多さと、アントレプレナーシップにどのような関係があるのかを明らかにする。

2. 背景

2. 1. アートを活用した人材育成の事例

アートを活用した様々なアントレプレナーシップの醸成方法が試行されている中、最近では一部の企業においても先進的な取り組みが展開されている。

凸版印刷株式会社は2019年度より京都大学と共同研究を開始し、「アートイノベーションフレームワーク™」を開発した。「アートイノベーションフレームワーク™」とは、アーティストの思考ロジックをもとに5段階のステップで構成されたフレームワークであり、ビジネスシーンにおけるアイデアや新規事業創出を目的としている(表1)。また、株式会社NOMALは、企業文化の浸透やリフレッシュ効果などを目的としたウォールアートの施工を行っている。この事業では、アーティストが実際に企業のオフィスで制作活動を行うため、製作過程を見学することができるという特徴がある(表2)。以上のように、多くの企業がアートを活用した様々な方法で人材育成を行っている。

(表1 アートイノベーションフレームワーク™)

第一段階：発見	主観と好奇心で自分が面白い、美しい、価値があると信じられるものを発見、特定。顧客の課題発見ではなく自身の主観、興味、感性に基づくところが特徴。
第二段階：調査	第一段階で特定した「対象」について、類似のモノや考え方の有無、独自性、ユニークさなどを検証。歴史的にみても類似のものがいないことを確認することが重要であり必要条件となる。
第三段階：開発	特定された対象に対して自分オリジナルのものにするための手法などを検討、検証し、新規性を検討。
第四段階：創出	アウトプットを創出。これまでに見た事がないもの、誰も表現したことのないものであることが必要条件となる。
第五段階：意味づけ	他者にも理解できるように、最後に、理由や意味を言語化し、評価を世間に問う。

(凸版印刷株式会社 HP より著者作成)

(表2 株式会社 NOMAL によるウォールアート製作過程)

STEP1：アーティストの決定	アーティストたちのポートフォリオをもとに担当するアーティストを決定。
STEP 2：コンセプトの決定	ヒアリングや無料のオリジナルワークショップの提供。企業とアーティストがともにコンセプトの骨組みを製作。
STEP 3：ラフ案の制作	STEP 2 のコンセプトをもとにアーティストがラフ案を作成。企業のフィードバックを受けながら修正し制作を進める。
STEP 4：ウォールアート制作	オフィスにてウォールアートの制作を行う。制作風景の見学が可能。
STEP 5：ストーリーシェア	施工後、制作風景を撮影した動画を無料で提供。

(株式会社 NOMAL HP より著者作成)

2. 2. ビジネスの場における「〇〇シンキング」の台頭

次に、アートがどのようにビジネスの場で活用されるようになったか、その背景について説明する。

若宮(2019)によると、「〇〇シンキング」という言葉がビジネスの場にて初めて登場したのは2000年頃である。マッキンゼー・アンド・カンパニーが企業の課題を分析し、論理的に解いていく手法として「ロジカル・シンキング」を編み出した。これは単に論理的に思考することを指しているのではなく、マッキンゼー式にメソッド化されたものであり、カギ括

弧付きで「ロジカル・シンキング」とされた。以降「クリティカル・シンキング」「システム・シンキング」「デザイン・シンキング」など、様々な「シンキング」がビジネスの場で活用されるようになった。

「ロジカル・シンキング」は、顕在的な課題に対して、分析を通して解決を試みる手法である。誰もが同じ方法で同じ解を見つけることができるこの手法は、企業にて重宝されることとなったが、潜在的課題を切り捨ててしまうという問題が存在した。そんな「ロジカル・シンキング」では対応できない課題に対する解決手法として、2010年ごろに登場したのが「デザイン・シンキング」である。はっきりとしない曖昧な問題を、共感というアプローチを用いて見える化し、解決するというのがこの手法の特徴である。これまでの、課題を論理的に分解し解決するというアプローチとは全く異なる「デザイン・シンキング」は、ビジネスの場に大きな影響を及ぼし、その後多くの企業にて活用されていった。こうしてビジネスの場では、「ロジカル・シンキング」や「デザイン・シンキング」を用いた消費者や顧客の課題解決アプローチがとられるようになった。

こうした中、2015年以降、不確実性の高まりとともに、消費者や顧客を中心とする「デザイン・シンキング」にて創出されるアイデアやイノベーションには限界があるとして、「アート・シンキング」が新たに登場した。

「アート・シンキング」に関しては現在共通化された定義はなく、提言者によってさまざまに説明されている。しかし、その中でもいくつかの共通点を見出すことができる。1点目はアイデアの着想に関する定義である。「アート・シンキング」では、アイデアは個人の主観や好奇心、興味から発せられるとされている(延岡ら, 2016; 末永, 2019)。さらには、そうした個人の内部から発せられたものの見方で、課題を提言していく思考法であるとも述べられている(Whitaker, 2016; 秋元, 2019; 村井, 2022)。

2点目が、アーティストがアート作品を創作している際に用いている思考法ということである。Whitaker (2016) は「アート・シンキング」を、現代アーティストが「これまでに見たこともないもの」や「ありえないもの」を生み出すために用いているアプローチ手法、ツールなどのことと説明しており、森永(2021)は、アーティストが「0→1」の作品を生み出すときの取り組みや発想法を、現代アーティストでない人にも使えるように再現(モデル化)したものと説明している。そのほか、自らの想いや哲学を表現して、顧客ニーズを超えた感動をもたらすこと(延岡, 2021)など、細かな点において様々な定義があるものの、共通する点として、現代アーティストがアート作品を作る際に用いている、自らの価値観や興味、アイデアの着想を得る思考法であるといえる。こうした「アート・シンキング」は、課題の出発点を消費者ではなく提供者自身に設定しており、自分の価値観や衝動、感性など自己動機を重視することによって、新たな価値を生み出していくとされている。

以上のように、ビジネスの場ではこれまで市場や消費者ニーズの変化に伴い、さまざまな「〇〇シンキング」が語られるようになった。そして近年の複雑化する状況に対する解決策として、自己動機を重視する「アート・シンキング」が新たに注目されるようになり、アー

トを活用した取り組みも活発化するようになった。

3. 先行研究

3. 1. アートの定義

現代の文脈におけるアートという言葉には、様々な意味が含まれる。森永(2021)によると、「アートというと一般的には、普遍的な美を追究する作業であるかのように考えられているが、20世紀以降はそのような方向性に加え、(中略)伝統的な普遍美の否定と、新しいコンセプトの追究を主題としてきた」とある。また、秋元(2019)は、「アートとは、ゼロから価値を生み出す創造的活動であり、ビジョンと、それを実現させるための内なる情熱が必要」と説明している。つまり、現代におけるアートとは、創造物から創造的活動に至るまで幅広い要素を含む概念であるということがいえる。

3. 2. アントレプレナーシップの評価指標

多くの研究者は、新たなビジネスを始める意思である Entrepreneurial Intention (EI) (Pillis and Reardon, 2007)をアントレプレナーシップ醸成の取り組みの評価指標として用いている(Krueger and Carsrud, 1993; Kautonen et al., 2015; Mahfuda et al., 2020)。EI が用いられる理論的背景として、代表的なのが計画的行動理論である(Ajzen, 1991)。計画的行動理論では、行動はその行動を実行しようとする意思によって説明され、さらにその意思は、行動に対する態度、知覚的行動制御感、主観的規範によって影響を受けるとされている。アントレプレナーシップ研究の文脈では、起業家的行動の代理変数として、EI や起業態度 (Entrepreneurial Attitude: EA) などが用いられている(Kautonen et al., 2015)。

また、特定の知識やスキルなどから構成される起業家コンピテンシー(Entrepreneurial Competencies: EC)も評価指標として多くの研究で用いられている(Kyndt and Baert, 2015; Miralles et al., 2016; Akhmetshin et al., 2019)。EC への関心は、コンピテンシーとベンチャー企業の誕生、存続、成長との間に関係があると考えられていることに由来するとされている(Sanchez, 2013)。

さらに近年では、起業家志向性(Entrepreneurial Orientation: EO)に着目した研究(Cho and Lee, 2018)なども存在する。EO とは、高いリスクが伴うビジネスに対して、イノベーションを求め、それに投資する積極的な性質であり、革新性、積極性、リスクテイク傾向の3つの要素を持つとされている(Miller, 1983)。

このように、先行研究ではさまざまな理論的背景を持つ概念や要素が評価指標として用いられている。

3. 3. アントレプレナーシップとパーソナリティの関係

Mahfuda et al.(2020)は、社会関係資本や心理的資本(Luthans, Avolio, Avey, & Norman,

2007)がEIやEAとどのような相互作用や関係があるのかについて、215名を対象にオンライン調査を行った。心理的資本とは、希望、自己肯定感、レジリエンス、楽観性という4つの心理的属性によって特徴づけられる、個人のポジティブな心理的発達の状態である。希望は「この道で行こう」という見通し、自己肯定感は「私はできる」という信念、レジリエンスは「逆境からの成長」の可能性、楽観性は「制御できる」という感覚をそれぞれ示している(向後, 2022)。調査の結果、心理的資本がEAや社会関係資本の効果を高める重要な媒介者であるということ、さらにEA、社会関係資本、心理的資本はEIを高めるために必要不可欠であるということがわかった。

Zhao & Seibert(2006)は、アントレプレナーと経営者のパーソナリティの違いについて5因子モデル(Big Five)に従って分析を行った。その結果、神経症傾向及び協調性においてアントレプレナーは経営者より低い結果となり、開放性と外向性、勤勉性においては経営者より優位に高いスコアを示した。

また、Karabulut(2016)は、Locus of Control(内部統制の所在)、Need for Achievement(達成欲求)、Risk Tolerance(リスク許容度)、Entrepreneurial Alertness(起業家的警戒心)がEIに及ぼす影響を探るため、トルコの大学院生480人を対象に調査を行った。Locus of Controlとは、人々が自分の行動によって環境をコントロールすることができると思っている度合いを表す尺度である。Need for Achievementは、人が成功しようとする欲求であり、Risk Toleranceに関して、シュンペーターは、起業家は意思決定を行う際にリスクを取る必要があると考えている(Brockhaus and Horwitz, 1986)。Entrepreneurial Alertnessに関してカーズナーは、「起業家的警戒心: Entrepreneurial Alertness」という概念を提唱し、経済が均衡に向かうときに、機会や資源を発見し活用することが起業家精神であるとした(Karabulut, 2016)。調査の結果、これらのパーソナリティ特性はEIに影響を与えるということがわかった。

このように、アントレプレナーシップとパーソナリティ特性の関係を調査した先行研究は多く、その中でもBig Fiveや心理的資本についての研究が進んでいる。

4. 研究方法

4. 1. 概要

本調査は2023年2月22日に、株式会社クロス・マーケティングより、オンラインによる選択式アンケートとして実施した。回答者は20代(20~29歳)、30代(30~39歳)、40代(40~49歳)それぞれ男女200人ずつ、有効回答件数は1200件であった。

4. 2. デモグラフィック

デモグラフィックに関して、回答者の年齢、性別、居住地、結婚の有無、子供の有無(同居か否か)、職業、回答者及びその家族の業種の7項目を設けた。職業及び家族の業種につ

いては以下の選択肢を設けた。

(表3 回答者の職業に関する設問)

設問	選択肢
あなたの職業をお知らせください。	会社勤務(一般社員)
	会社勤務(管理職)
	会社経営(経営者・役員)
	公務員・教職員・非営利団体職員
	派遣社員・契約社員
	自営業(商工サービス)
	SOHO
	農林漁業
	専門職(弁護士・税理士等・医療関連)
	パート・アルバイト
	専業主婦・主夫
	学生
	無職
	その他の職業

(表4 回答者及びその家族の職種に関する設問)

設問	選択肢
あなたご自身やあなたのご家族に、次のところにお勤めの方はいらっしゃいますか。あてはまるものを全てお知らせください。	エネルギー・素材・産業機械
	食品
	飲料・嗜好品
	薬品・医療用品
	化粧品・トイレタリー・サニタリー
	ファッション・アクセサリー
	精密機械・事務用品
	家電・AV機器
	自動車・輸送機器
	家庭用品
	趣味・スポーツ用品
	不動産・住宅設備
	情報・通信
	流通・小売業
	金融・保険
	交通・レジャー
	外食・各種サービス
	官公庁・団体
	教育・医療サービス・宗教
	新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・広告等マスコミ関係
市場調査	
その他	
この中にあてはまるものはない	

4. 2. 日常生活におけるアートとの接点 (アートレベル)

日常生活におけるアートとの接点を測るため、アートレベル(全17項目)を作成した。まず設問作成に当たって、本調査が対象とするアートの範囲をアート作品、アート作家、創作活動の3つに定めた。次に、日常生活における接点として、学校(授業)、会社(仕事)、私

生活（趣味など）の3つの場面を取り上げた。そしてアントレプレナーシップに関する先行研究でも広く用いられている計画的行動理論に基づき、態度に関する設問(4項目)、意思に関する設問(5項目)、行動に関する設問(8項目)を作成した。

(表5 日常生活におけるアートとの接点 (アートレベル))

設問	
態度	美術の授業が好きだ(好きだった)。
	美術館に行くことが好きだ。
	好きなアート作家がいる。
	絵を描くのが好きだ。
意思	いつかは行きたいと思っている美術館がある。
	余裕があれば、部屋やオフィスにアート作品を飾りたい。
	現物で見てみたいと思うアート作品がある。
	アートに関する趣味を持ちたいと思っている。
行動	機会があれば、アートやデザインにかかわる仕事をしてみたい。
	美術の授業には積極的に参加している(参加していた)。
	アートに関するドキュメンタリーをよく見る。
	部屋にアート作品を飾っている(イラスト/はがき等含む)。
	旅行に行くときは、その地の有名な美術館に寄ることがある。
	美術部に入っている(入っていた)。
	趣味で作品作りを行っている(行っていた)。
	あるアーティストの個展に行ったことがある。
アートやデザイン系の学校に通っている(通っていた)。	

4. 3. アントレプレナーシップに関する設問

アントレプレナーシップに関しては、Lackéus(2015)の Entrepreneurial Competencies のうち、EA に関する項目から「不確実性/あいまいさへの寛容」を除いた 6 項目について、「1. 全く違うと思う」から「7. 強くそう思う」まで7段階で測定した。この指標を用いた理由として、アントレプレナーシップ研究において EA は行動に対して影響を与える重要な要因の一つであるとされている点、質問文に特定の職業や職種に限定された行動などが含まれていない点などがあげられる。また、原文の翻訳に関しては稲田(2021)を参考にした。

(表6 Entrepreneurial Attitude に関する設問)

設問	
起業への熱意	私はよく「〇〇したい」と思うことがある。
自己効力感	自分には特定のタスクを実行できる能力がある。
起業への主体性	自分には深い信念や果たすべき役割がある。
積極性	私は積極的に行動するほうだ。
革新性	自分には新たな発想力や行動力がある。
忍耐性	自分には悪影響を克服する能力がある。

(Lackeus(2015)、稲田(2021)より著者作成)

4. 4. パーソナリティに関する設問

パーソナリティについては、Big Five と心理的資本を測定した。Big Five については、小塩ら(2012)が作成した日本語版 Ten Item Personality Inventory(TIPI-J)を用いた。心理的資本(Luthans & Avolio, 2007)とは、人的資本や社会関係資本を支える個人のポジティブな心理的発達の状態であり、希望(Hope)、自己肯定感(Efficacy)、レジリエンス(Resilience)、楽観性(Optimism)の4つの項目から構成される。希望は、根気よく目標に向かい、成功するために必要なら目標への道筋を変えること、自己肯定感は挑戦的なタスクを成功させるために必要な努力を行う自信があること、楽観性は現在や将来の成功に対してポジティブな帰属を行うこと、レジリエンスは問題や困難に悩まされても成功するために耐え、すぐに回復し、時には元の状態以上になることと説明される。本調査では、Fred Luthans & Bruce j. Avolio(2007)の指標から、特定の職業や職種に限られた行動を示す項目を省き、希望、自己肯定感、レジリエンス、楽観性の4つの項目においてそれぞれ2問ずつ選定した。また、Big Five と心理的資本はそれぞれ「1. 全く違うと思う」から「7. 強くそう思う」までの7段階で測定した。

(表7 Big Five に関する設問)

	設問
外向性(正)	活発で、外向的だと思う。
協調性(負)	他人に不満を持ち、もめごとを起こしやすいと思う。
勤勉性(正)	しっかりしていて、自分に厳しいと思う。
神経症傾向(正)	心配性で、うろたえやすいと思う。
開放性(正)	新しいことが好きで、変わった考えを持つと思う。
外向性(負)	ひかえめで、おとなしいと思う。
協調性(正)	人に気を遣う、やさしい人間だと思う。
勤勉性(負)	だらしなく、うっかりしていると思う。
神経症傾向(負)	冷静で、気分が安定していると思う。
開放性(負)	発想力に欠けた、平凡な人間だと思う。

(小塩(2012)より著者作成)

(表8 心理的資本に関する設問)

	設問
希望(hope)	私は長期的な問題を分析し、解決策を見出すことに自信がある。 私は、自分の職場の目標設定に自信を持って取り組める。
自己肯定感(efficacy)	私は、仕事で窮地に陥ったとき、それを切り抜ける方法をたくさん思いつくことができる。 今、私は仕事でかなり成功していると思う。
レジリエンス(resilience)	私は普段、職場でストレスになるようなことがあっても、冷静に対処している。 私は、今の仕事では、一度に多くのことを処理できると感じている。
楽観性(optimism)	仕事上、何かうまくいかないことがあった場合、それはそれで仕方がないと思う。 私は、仕事に関して、将来自分に何が起こるか楽観的に考えている。

(Fred Luthans & Bruce j. Avolio(2007)より著者作成)

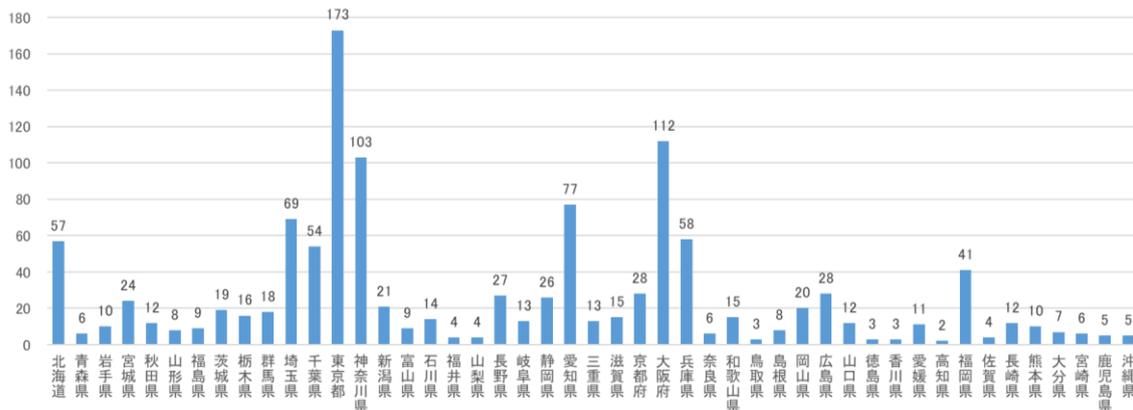
5. 結果

5. 1. 単純集計結果

5. 1. 1. デモグラフィック

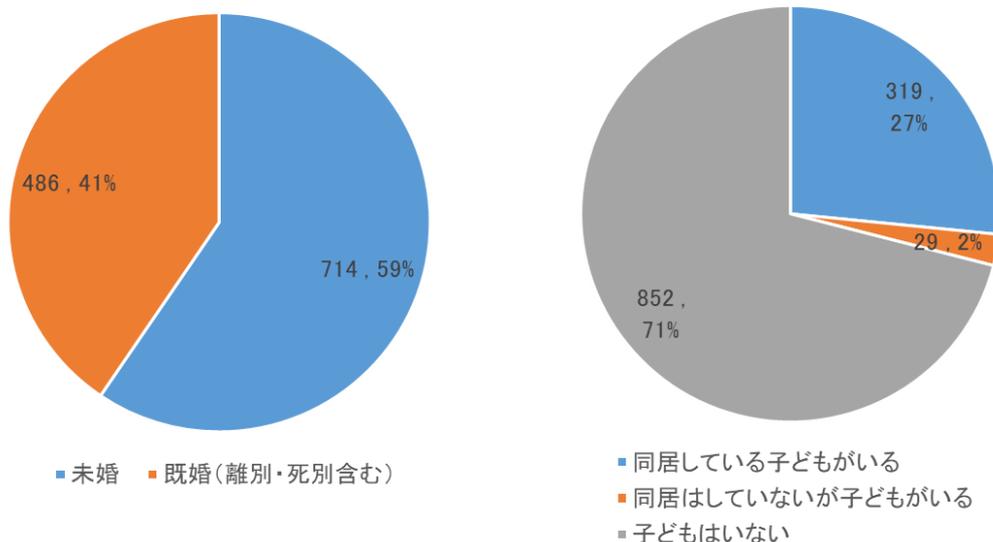
回答者の居住地について、最も多かったのが東京都で 173 件、次いで大阪府 112 件、神奈川県 103 件であった。

(図1 回答者の居住地)



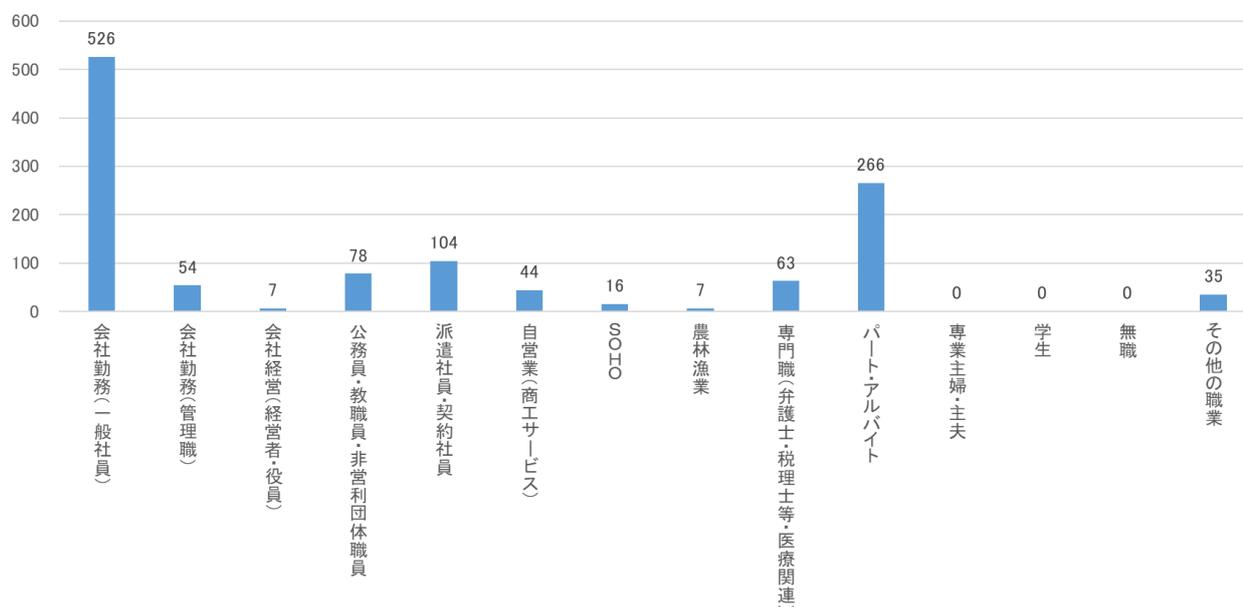
結婚の有無について、回答者のうち未婚が59%(714件)、既婚(離別・死別含む)が41%(486件)であった。子供の有無について、「子どもはいない」が最も多く全体の71%(852件)、次いで「同居している子どもがいる」が27%(319件)、「同居はしていないが子どもがいる」は2%(29件)であった。

(図2：左 回答者の結婚の有無 図3：右 回答者の子供の有無)



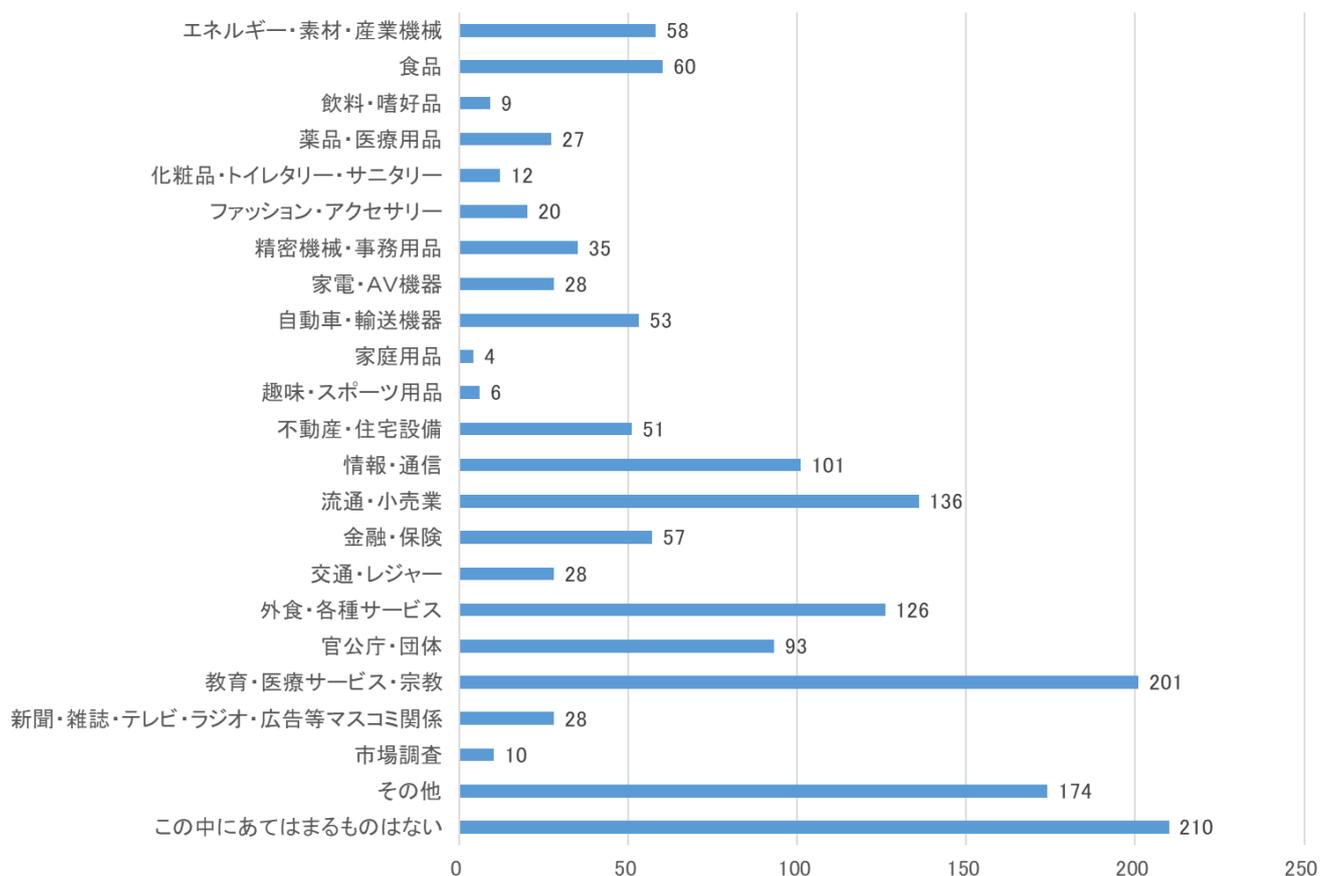
勤務形態に関して、最も多かったのが会社勤務(一般社員)で526件、次いでパート・アルバイトが266件、派遣社員・契約社員が104件、公務員・教職員・非営利団体職員が78件であった。

(図4 回答者の勤務形態)



「あなたご自身やあなたのご家族に、次のところにお勤めの方はいらっしゃいますか。」という設問では、「この中であてはまるものはない」という回答が210件と最も多く、ついで「教育・医療サービス・宗教」が201件、「流通・小売業」が136件、「外食・各種サービス」が126件、「情報・通信」が101件、「官公庁・団体」が93件であった。

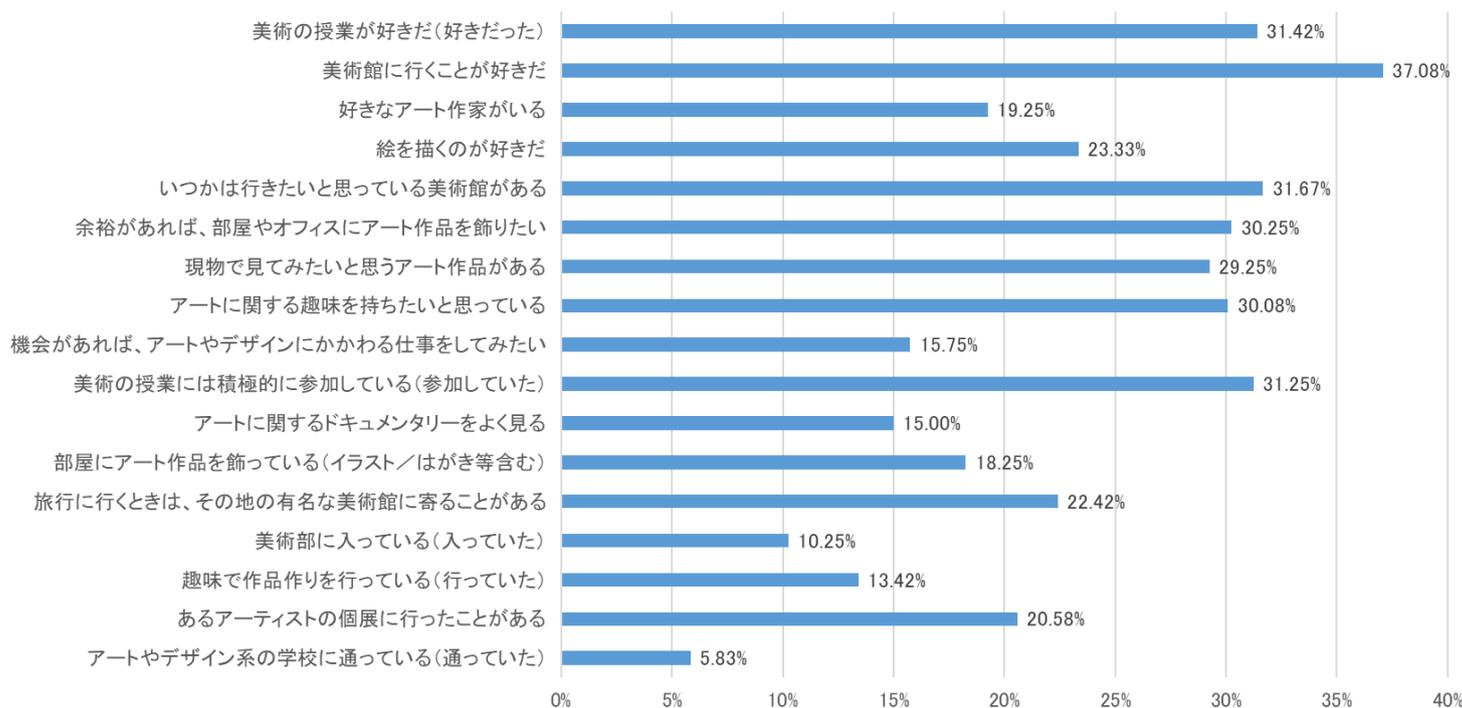
(図5 回答者及びその家族の業種)



5. 1. 2. 日常生活におけるアートとの接点（アートレベル）

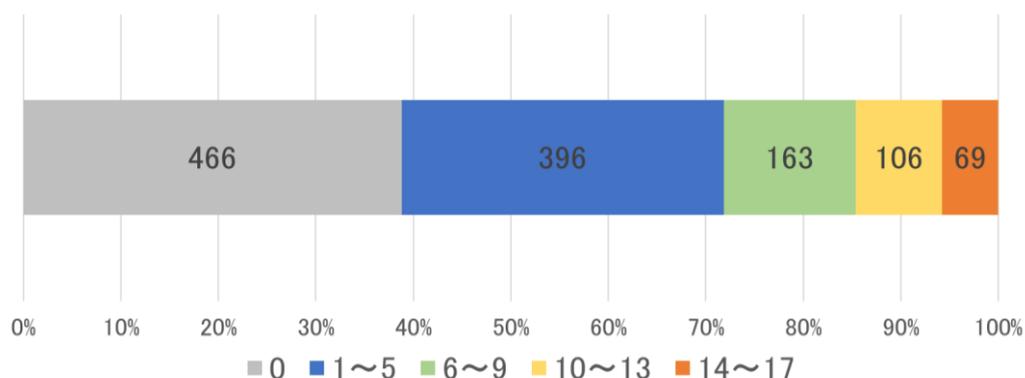
日常生活におけるアートとの接点について、最も多かったのが「美術館に行くことが好きだ」で全体の 37.08%(445 件)であった。ほかに 30%を超えた項目は、「美術の授業が好きだ (好きだった)」「いつかは行きたいと思っている美術館がある」「余裕があれば、部屋やオフィスにアート作品を飾りたい」「アートに関する趣味を持ちたいと思っている」「美術の授業には積極的に参加している (参加していた)」であった。

(図6 アートレベル各項目の回答結果)



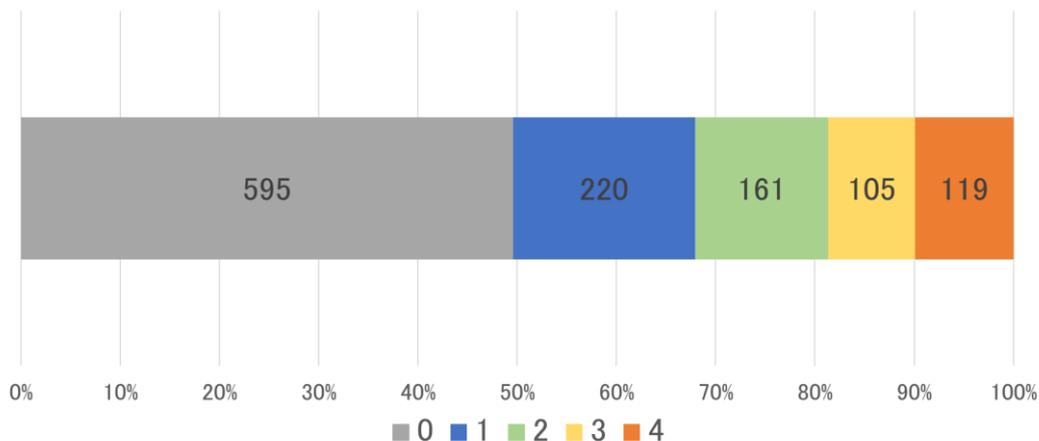
アートレベルに関して、全 17 項目のうち、該当なしが約 39% (466 件)、1~5 項目該当者が 33% (396 件)、6~9 項目該当者が約 14%(163 件)、10~13 項目該当者が約 9%(106 件)、14~17 項目該当者が約 6%(69 件)であった。

(図7 アートレベルの回答結果)



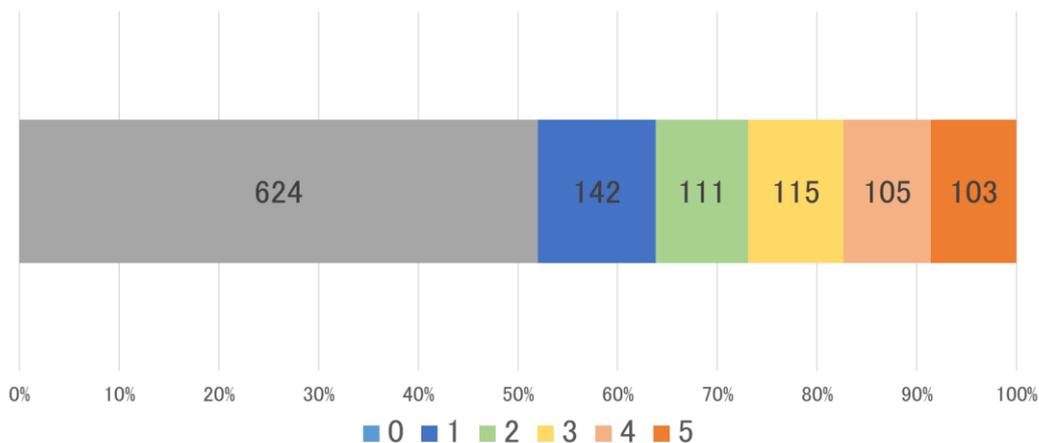
アートレベル:態度(4項目)に関しては、該当なしが約半数を占め、1項目該当者が約 18% (220 件)、2項目該当者が約 13%(161 件)、3及び4項目該当者が約 10%(105 件, 119 件)ずつであった。

(図8 アートレベル：態度の回答結果)



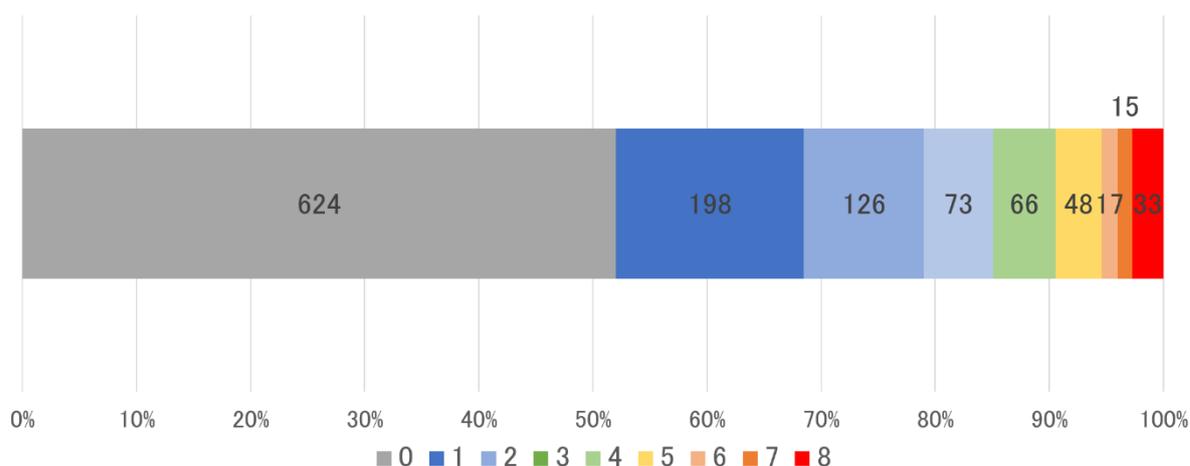
アートレベル：意思(5項目)に関しては、態度と同じく該当なしが半数を占め、1～5項目該当者がそれぞれ約10%(142件, 111件, 115件, 105件, 103件)であった。

(図9 アートレベル：意思の回答結果)



アートレベル：行動(8項目)に関しても、同じく該当なしが過半数を占め、1項目該当者が約16%(198件)、2項目該当者が約10%(126件)、3～4項目該当者が約6%(73件, 66件)、5項目該当者が4%(48件)、6～7項目該当者が約1%(17件, 15件)、8項目すべてに該当したのは約3%(33件)であった。行動は、態度や意思と比較して、項目数が増えるごとに該当者が少なくなる傾向が確認できた。

(図10 アートレベル：行動の回答結果)

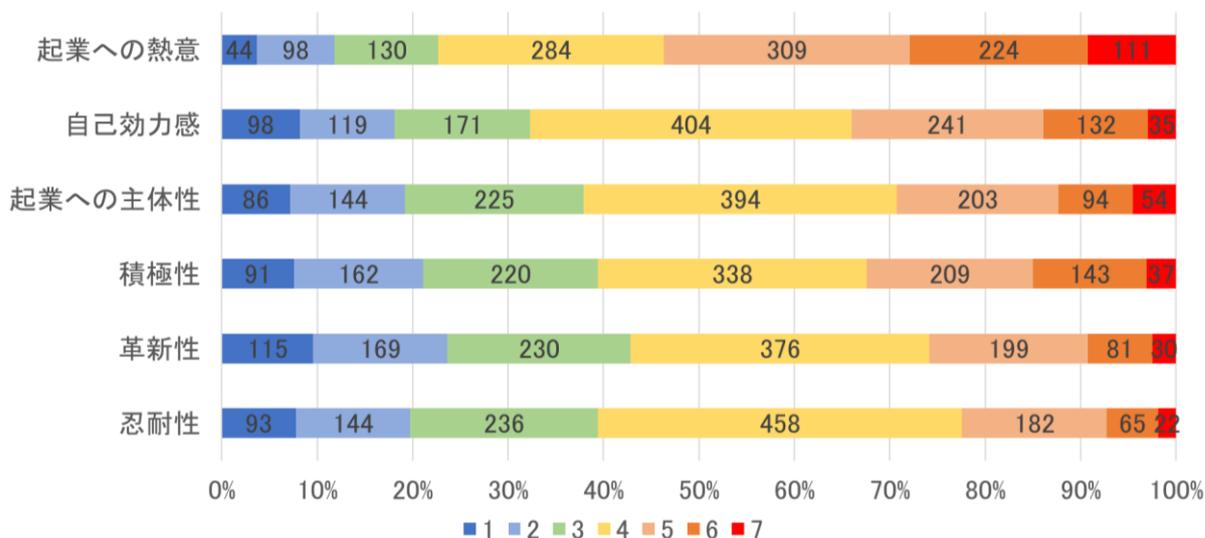


5. 1. 3. 起業態度 (Entrepreneurial Attitude: EA)

EA(6項目)に対する回答結果を図11に示す。「EA2:自己効力感(33.7%)」、「EA3:起業への主体性(32.8%)」、「EA4:積極性(28.2%)」、「EA5:革新性(31.3%)」、「EA6:忍耐性(38.2%)」の5項目では、4の回答が最も多く、全体の3~4割を占めた。また5以上の回答に着目すると、「EA2:自己効力感(34.0%)」、「EA3:起業への主体性(29.3%)」、「EA4:積極性(32.4%)」、「EA5:革新性(25.8%)」、「EA6:忍耐性(22.4%)」の5項目では、全体の2~3割程度であるのに対し、「EA1:起業への熱意」では53.7%を占め、他の項目より2割程高い結果となった。

全体の傾向としては、いずれの項目においても7の回答は10%未満であり、「EA2:自己効力感(2.9%)」、「EA3:起業への主体性(4.5%)」、「EA4:積極性(3.1%)」、「EA5:革新性(2.5%)」、「EA6:忍耐性(1.8%)」の5項目では最も少ない結果となった。

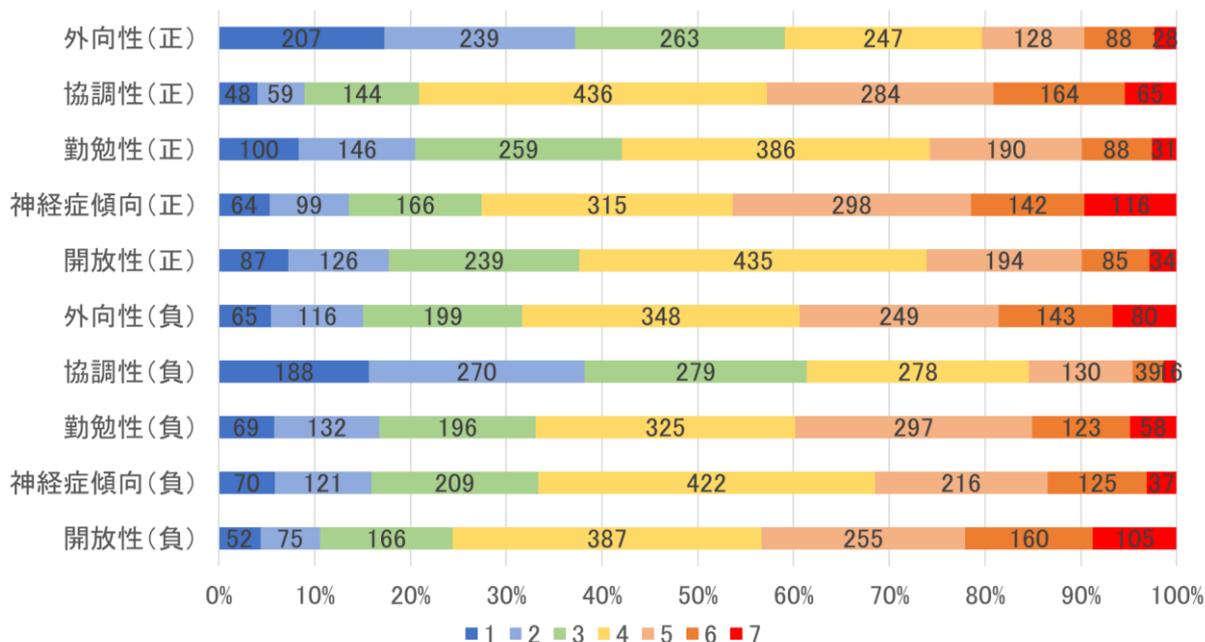
(図 11 EA の回答結果)



5. 1. 4. Big Five

Big Five(10 項目)に対する回答結果を図 12 に示す。「外向性 (正)」と「協調性 (負)」では 3 の回答が最も多かった。一方、そのほかの項目では 4 の回答が最も多かった。5 以上の回答に着目すると、「外向性」が他の項目と比較して 2 割程度少なく、「協調性」は 2 割程多い傾向が確認できた。

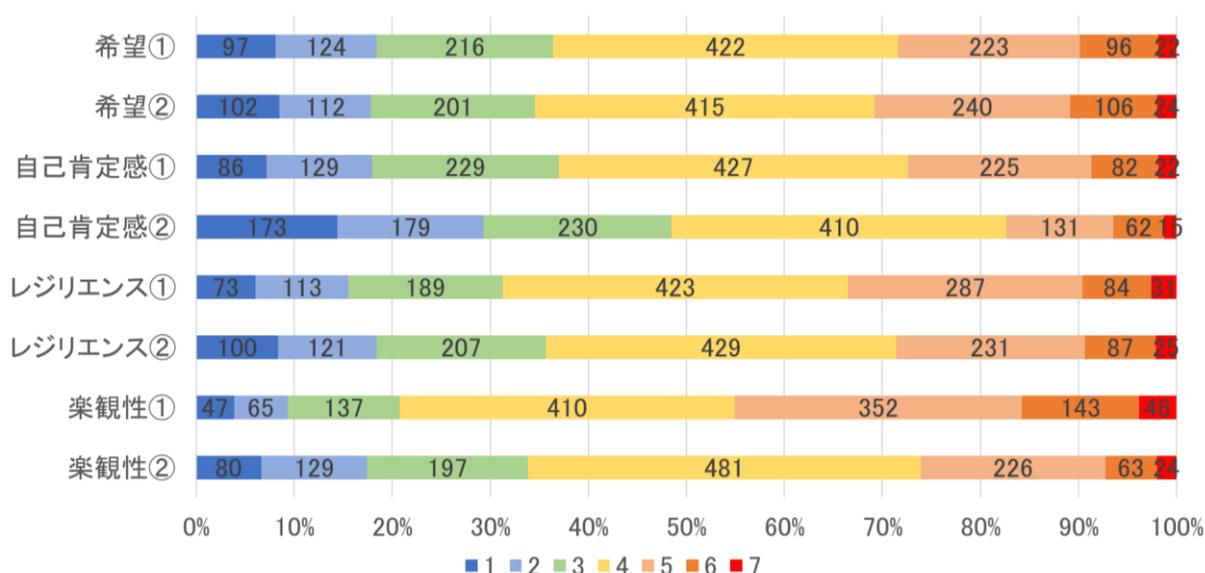
(図 12 Big Five の回答結果)



5. 1. 5. 心理的資本

心理的資本(8項目)に対する回答結果を図13に示す。いずれの項目も4の回答が最も多く、全体の3~4割を占める結果となった。各項目における5以上の回答を比較した際の特徴として、「希望①」「希望②」「自己効力感①」「レジリエンス①」「レジリエンス②」「楽観性②」の7項目では全体の3割程度であったのに対し、「自己効力感②」は17.3%と低く、「楽観性①」は45.1%を占める結果となった。「自己効力感②」と「楽観性①」に関しては、2以下の回答も他の項目と比較して10%ほど差があった。

(図13 心理的資本の回答結果)



5. 2. クロス集計結果

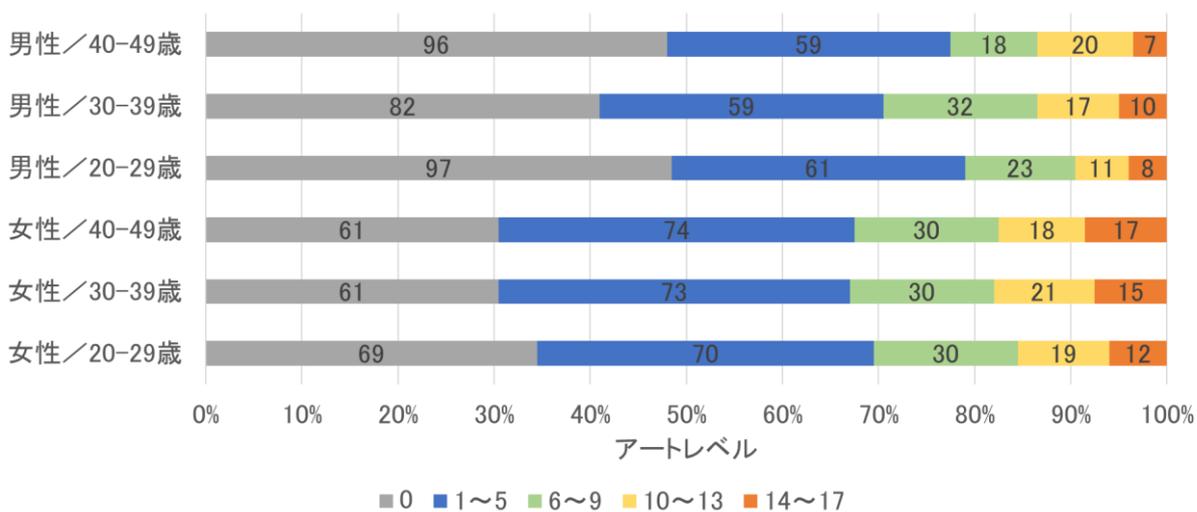
5. 2. 1. アートレベル×性別・年齢

次に、アートレベルと性別・年齢との関係を見ていく。

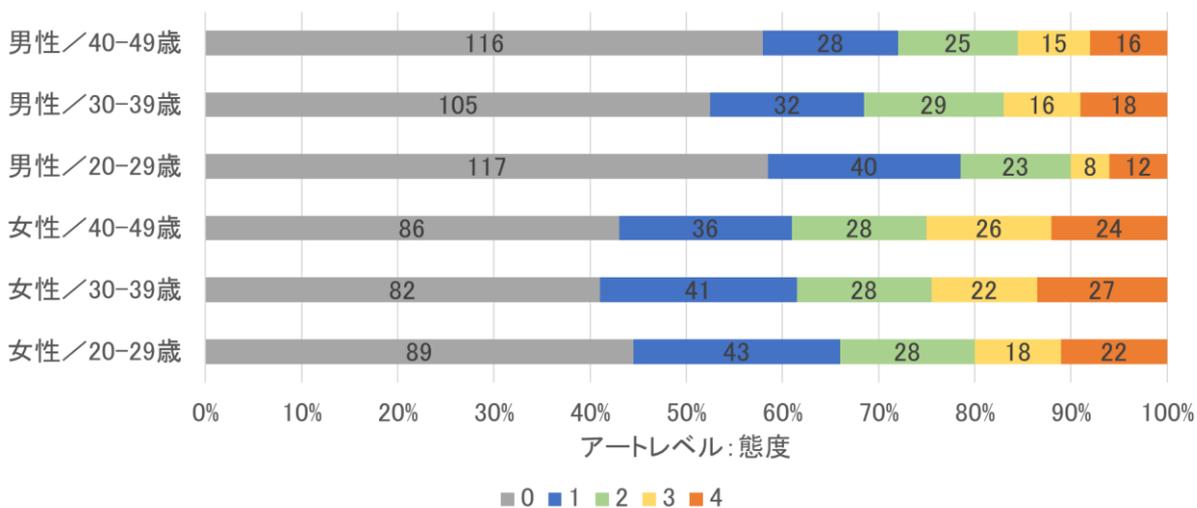
アートレベル(態度・意思・行動)と性別の関係について、いずれの年代においても女性より男性の方が該当項目0の回答が多く、5割以上を占めた。特に態度と行動においては、女性よりも1~2割ほど高い傾向が確認できた。

年代による特徴が確認できたものとして、アートレベル:意思にて、30代の男性は他の年代の男性と比較して該当項目1以上の割合が1割程度高かった。

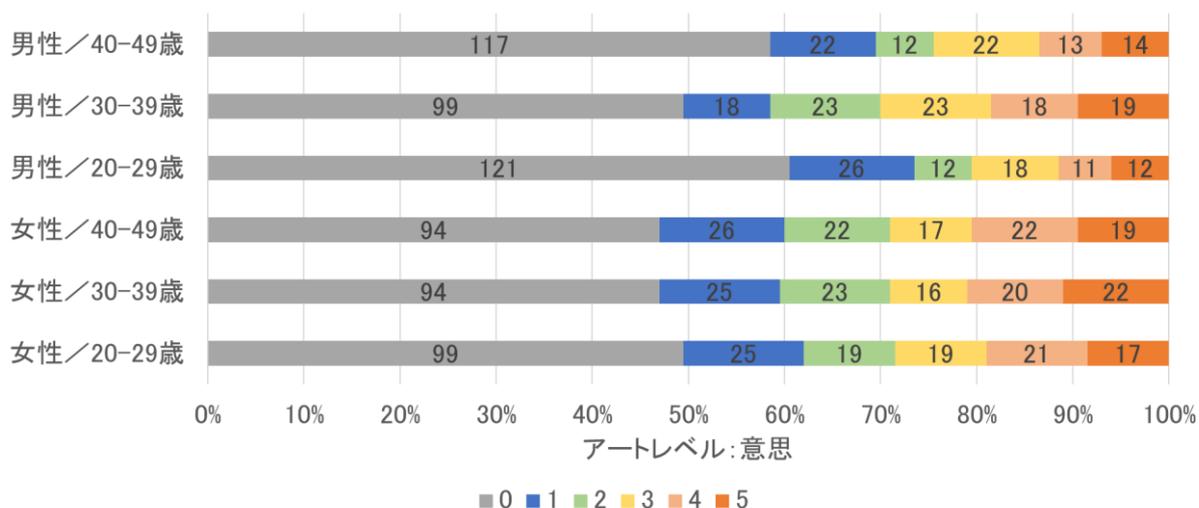
(図14 アートレベルと性別・年齢の関係)



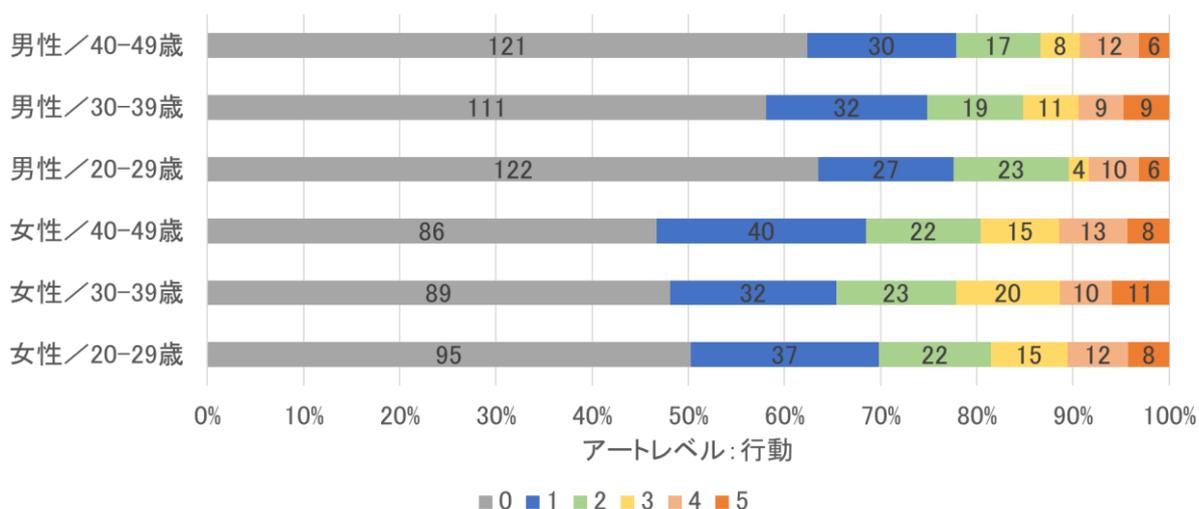
(図15 アートレベル：態度と性別・年齢の関係)



(図16 アートレベル：意思と性別・年齢の関係)



(図17 アートレベル：行動と性別・年齢の関係)



5. 2. 2. EA×性別・年齢

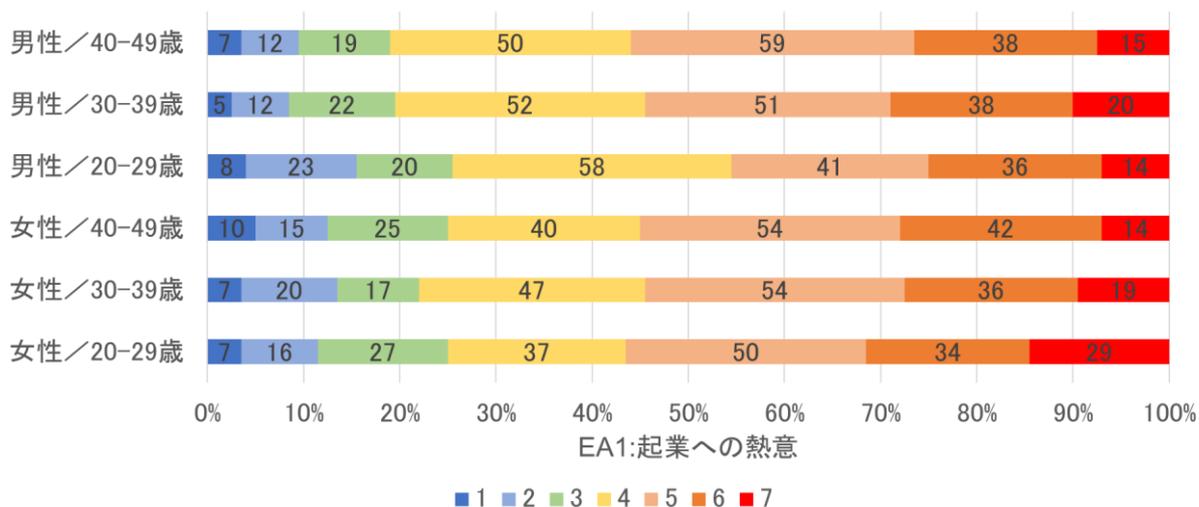
次にEAと性別・年齢との関係を見ていく。

5以上の回答に関して、性別による大きな差は確認できなかった。「EA1:起業への熱意」「EA4:積極性」の2項目において、女性は男性よりわずかながら高い結果となった。また1~2の回答に関しては、「EA2:自己効力感」にて女性は男性よりも7%ほど高い結果となった。

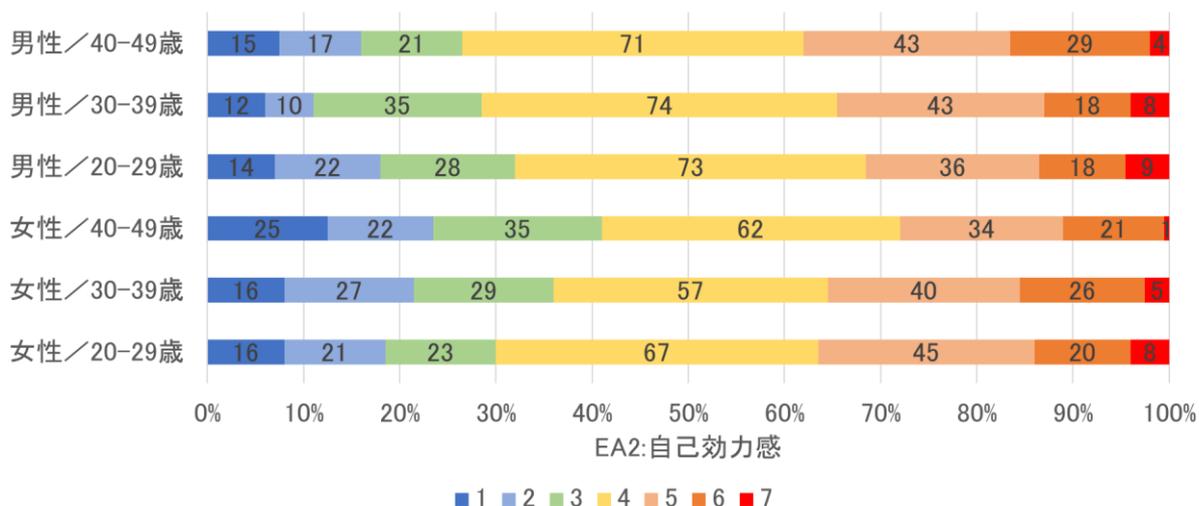
男性の回答に着目すると、5以上の回答について、「EA1:起業への熱意」「EA2:自己効力感」「EA3:起業への主体性」「EA6:忍耐性」の4項目では、20代は他の年代と比較して低く、

特に「EA1:起業への熱意」に関しては 10%ほど低い結果となった。また女性に関しては、「EA1:起業への熱意」以外の 5 項目において、40 代は 5 以上の回答数が最も多く、「EA2:自己効力感」「EA5:革新性」の項目においては、年代が高くなるほど点数が低くなる傾向が確認できた。

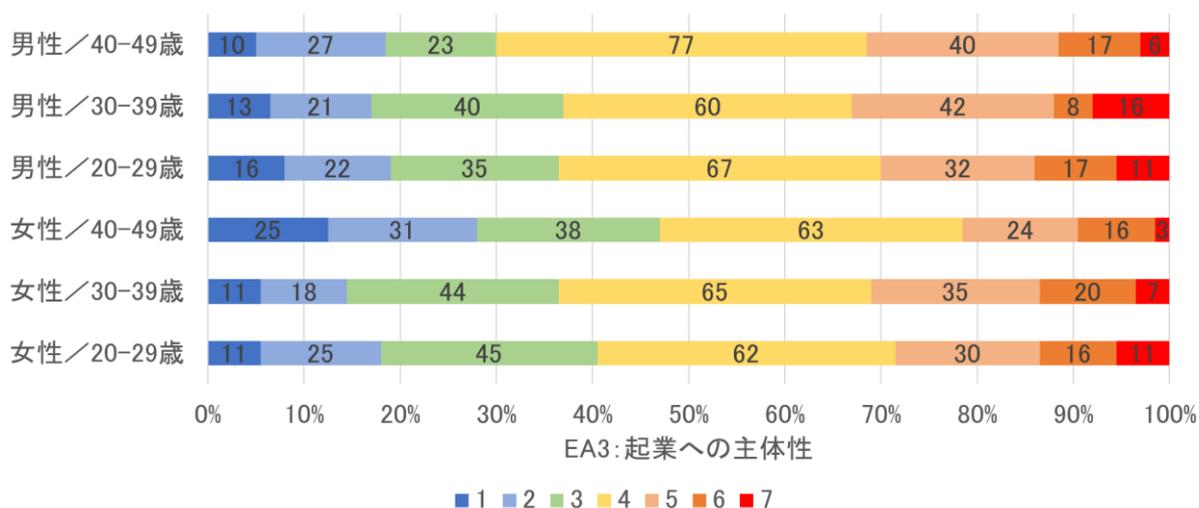
(図 18 EA1:起業への熱意と性別・年齢の関係)



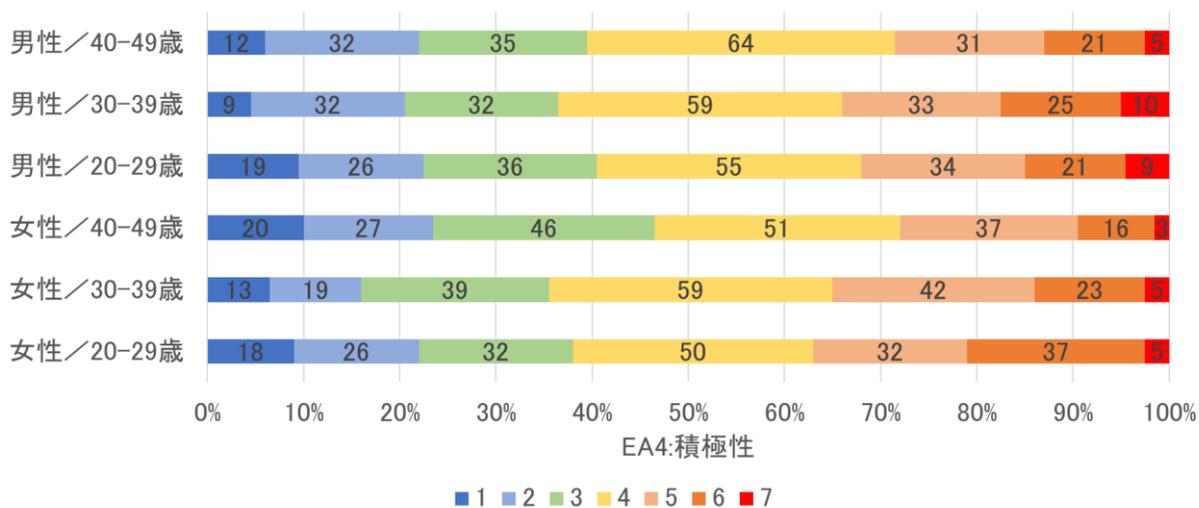
(図 19 EA2:自己効力感と性別・年齢の関係)



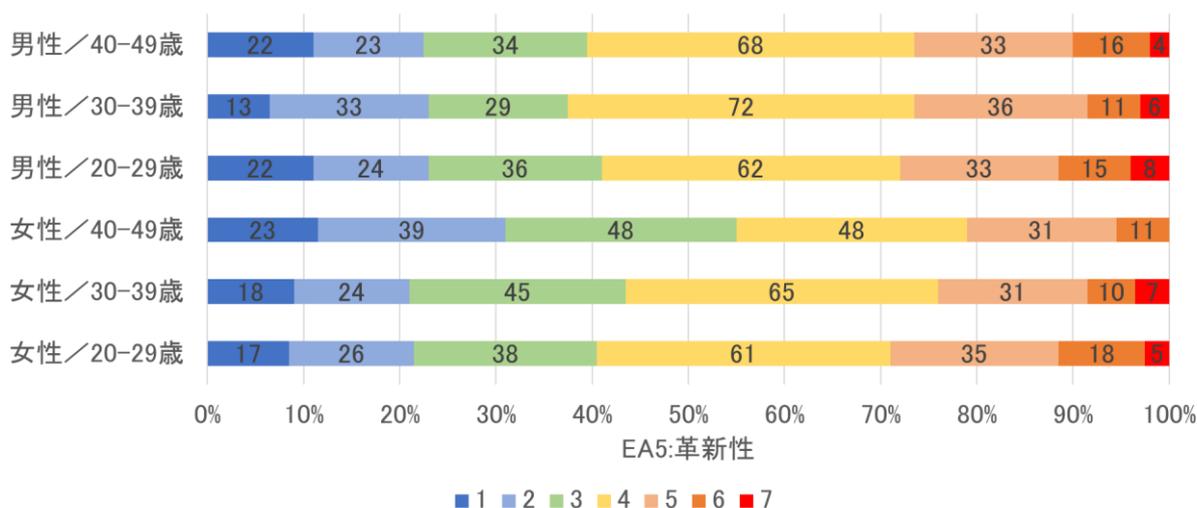
(図 20 EA3:起業への主体性と性別・年齢の関係)



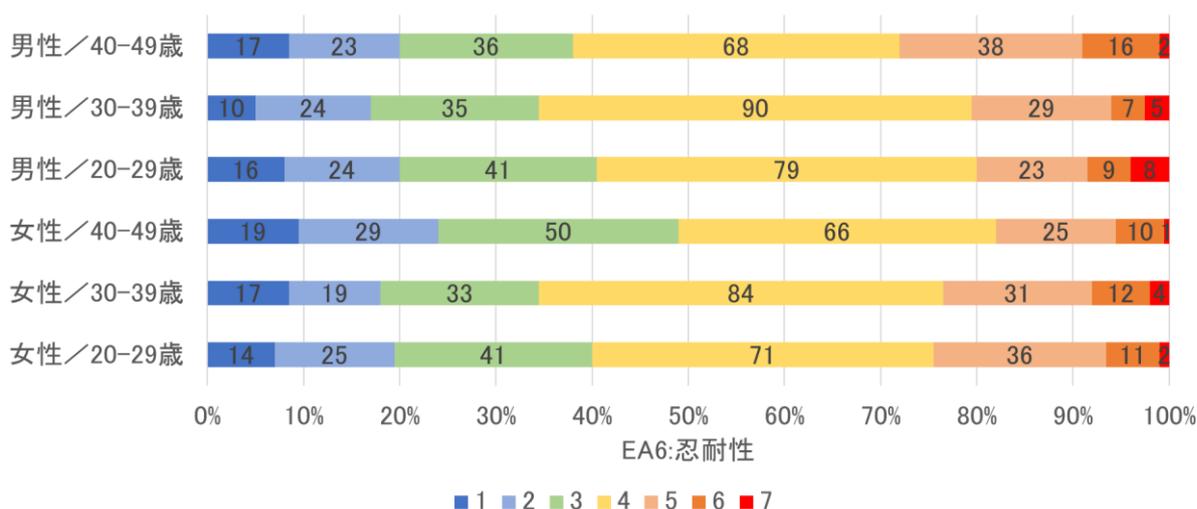
(図 21 EA4:積極性と性別・年齢の関係)



(図 22 EA5:革新性と性別・年齢の関係)



(図 23 EA6:忍耐性と性別・年齢の関係)

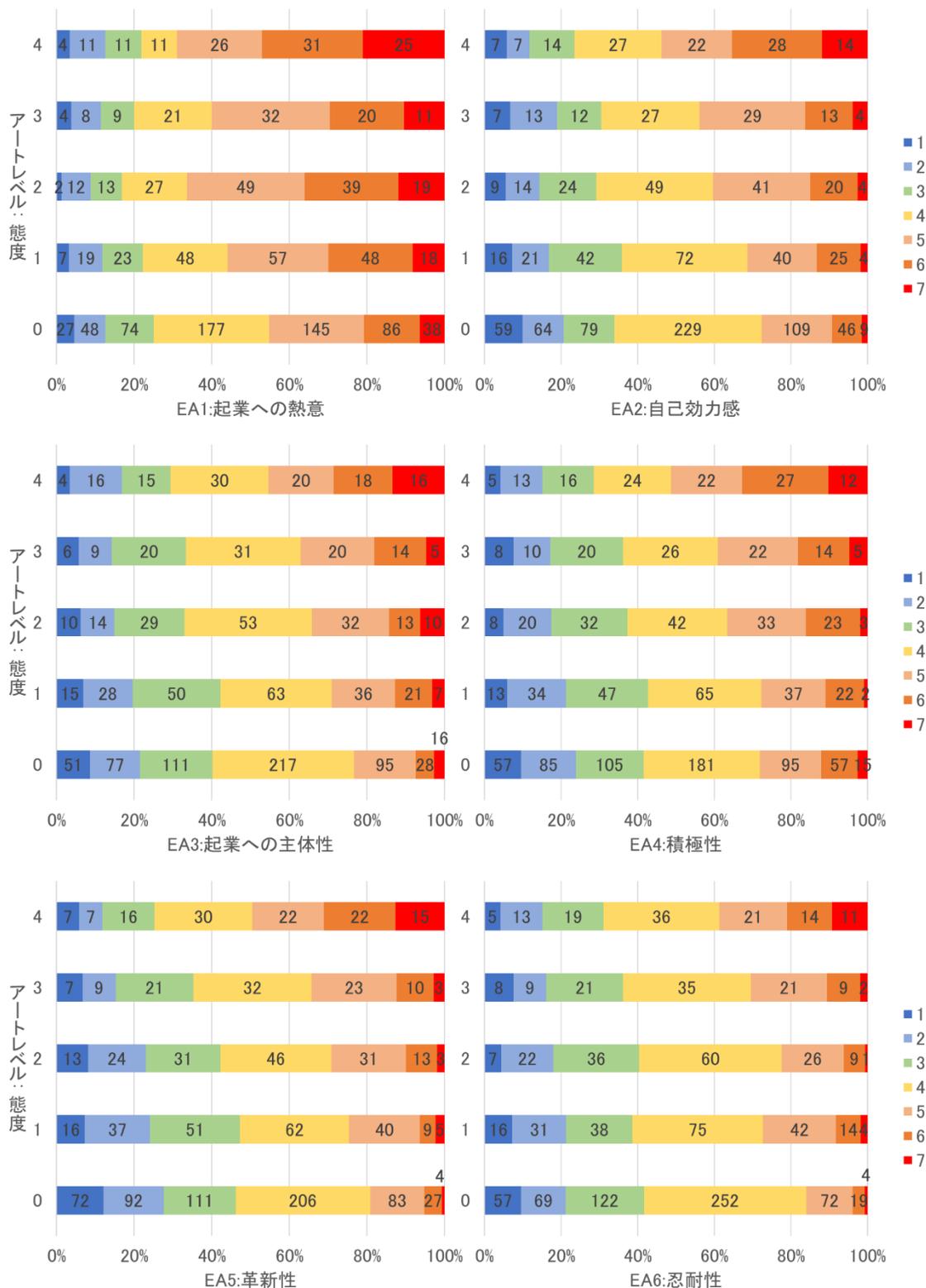


5. 2. 3. アートレベル×EA

次にアートレベルと EA の関係を見ていく。

まず、アートレベル：態度について、「EA2:自己効力感」「EA3:起業への主体性」「EA4:積極性」「EA5:革新性」の4項目では、アートレベルが高くなるごとに5以上の回答が増加する傾向が確認できた。「EA1:起業への熱意」と「EA6:忍耐性」でも、アートレベルが高まるほどゆるやかに EA の点数が高くなる傾向が確認できた。また、EA が3以下の回答に注目すると、全6項目においてアートレベルが高くなるほど減少傾向にあることが確認できた。

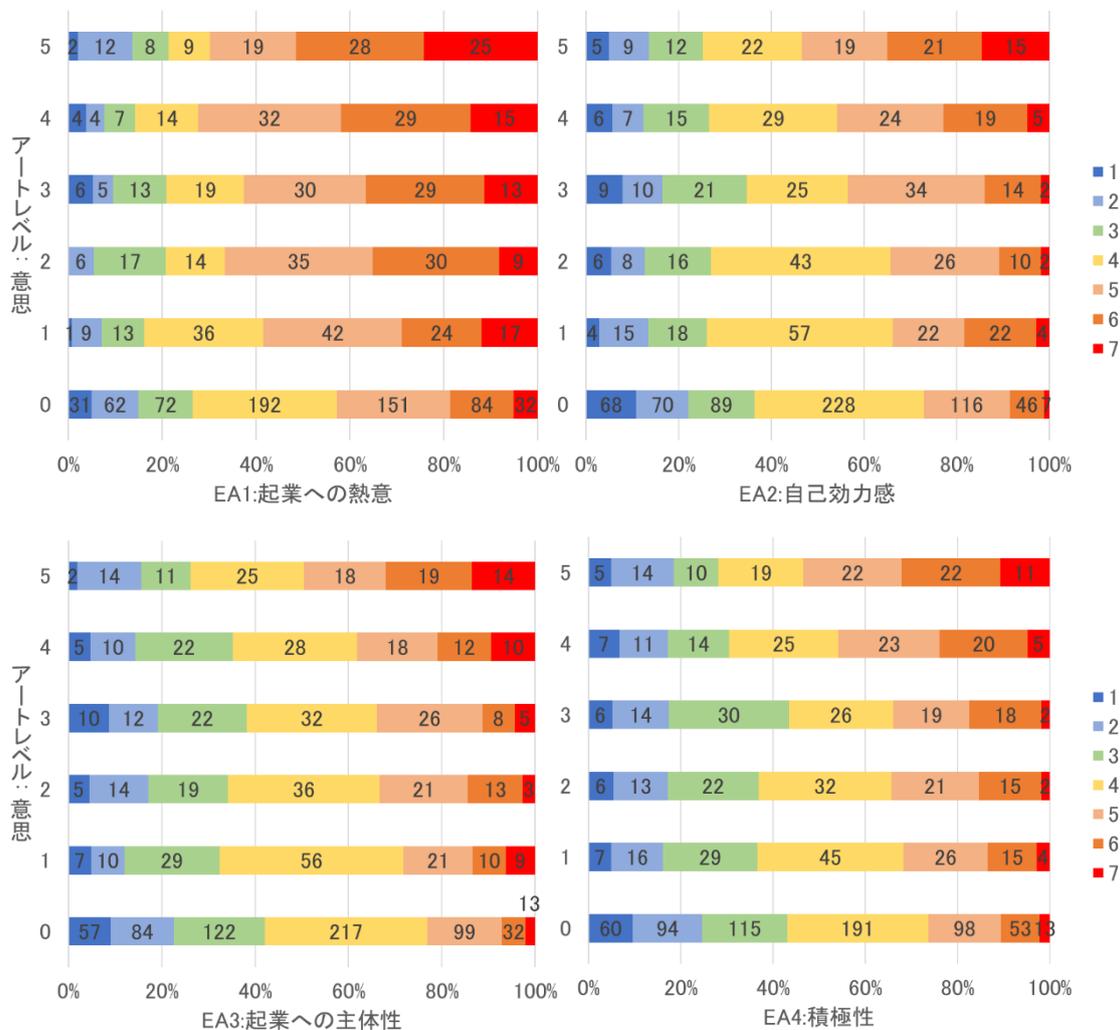
(図 24 アートレベル：態度と EA の関係)

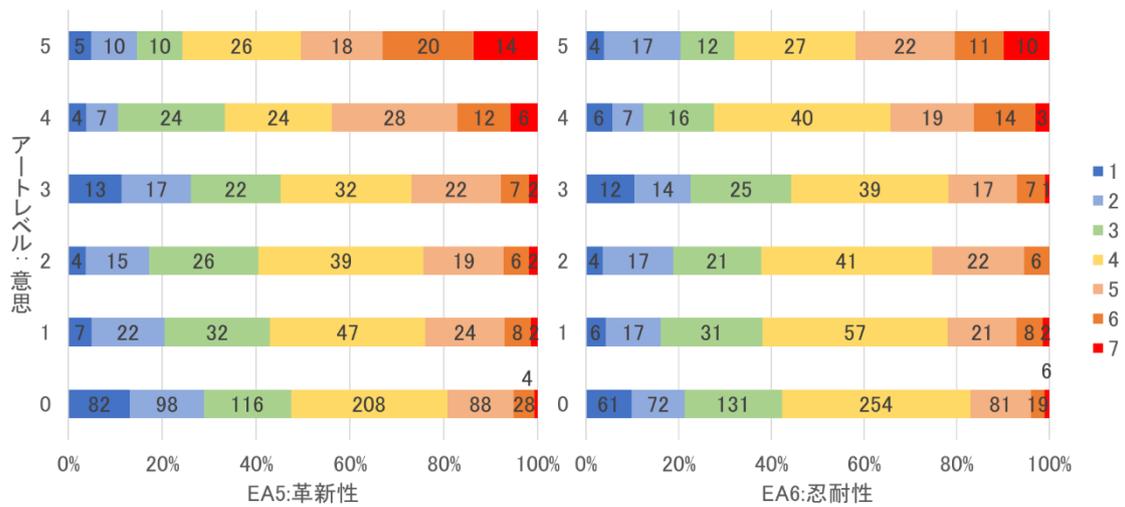


アートレベル：意思に関して、「EA1:起業への熱意」「EA2:自己効力感」「EA3:起業への主

体性」「EA4:積極性」「EA5:革新性」の5項目において、アートレベルが高いほど点数が高くなる傾向が確認できた。

(図 25 アートレベル：意思と EA の関係)

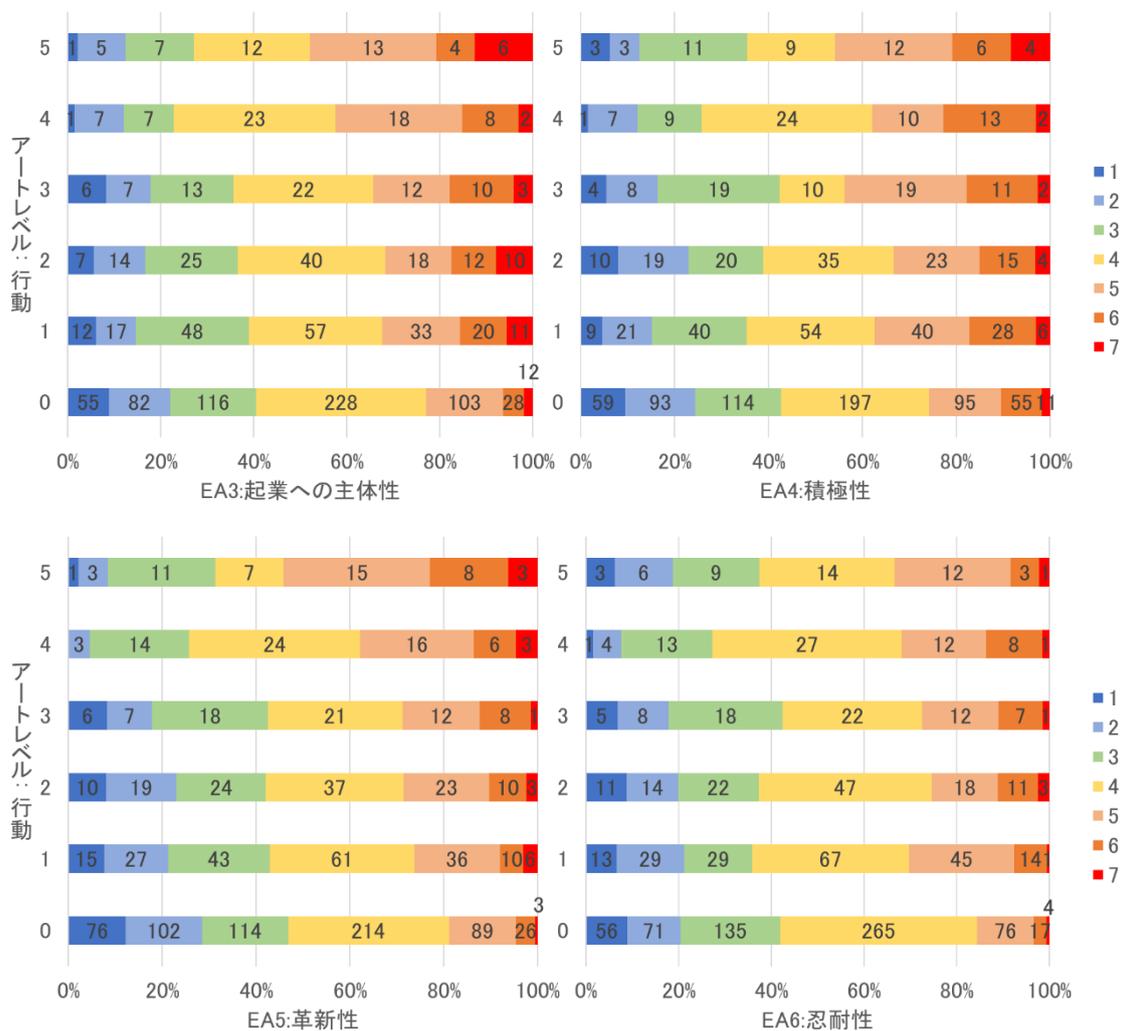




アートレベル：行動に関しては、回答数が40件未満だったアートレベル6～8の回答を除いた結果、「EA1:起業への熱意」「EA2:自己効力感」「EA3:起業への主体性」「EA5:革新性」の4項目において、緩やかな正の相関が確認できた。EAにおける5以上の回答に着目すると、「EA4:積極性」においてはアートレベル3と5が最も多く、次いで2と4が多かった。また「EA6:忍耐力」にて、5以上の割合が最も高かったのはアートレベル3であった。

(図 26 アートレベル：行動と EA の関係)





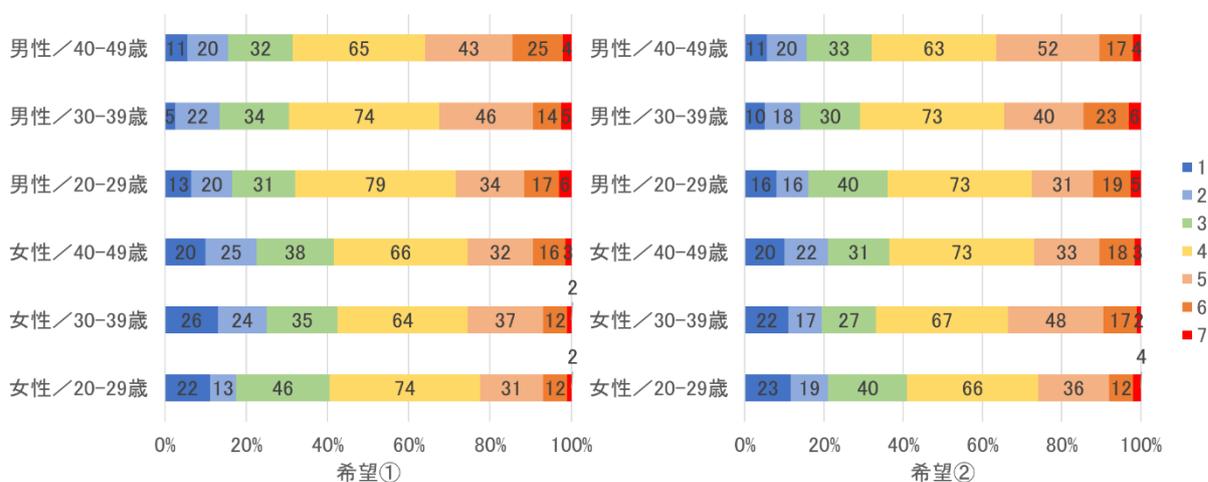
以上のようにクロス集計の結果からは、日常生活におけるアートとの接点（アートレベル）と「EA1:起業への熱意」「EA2:自己効力感」「EA3:起業への主体性」「EA5:革新性」の4項目との正の相関が確認できた。

5. 2. 4. 心理的資本×性別・年齢

次に心理的資本と性別・年齢との関係についてみていく。

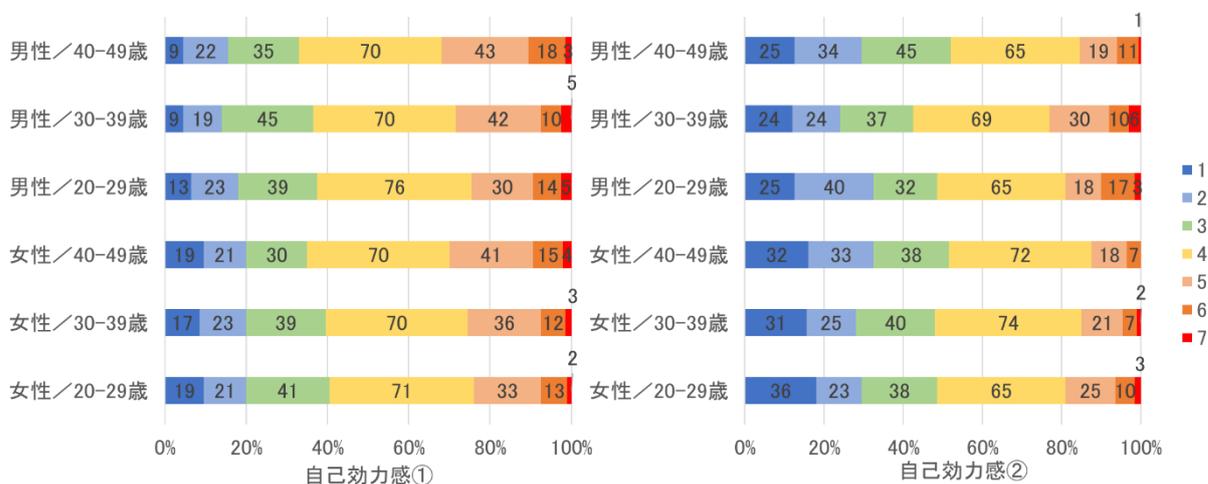
まず希望と性別・年齢の関係について、希望①では女性よりも男性の方が全年代において点数が高く、また5以上の回答に着目すると、男女ともに年代が上がるごとに点数が高くなる傾向が確認できた。希望②について、女性では30代が最も点数が高く、男性では年代が上がるごとに点数が高くなる傾向が確認できた。

(図 27 心理的資本：希望と性別・年齢の関係)



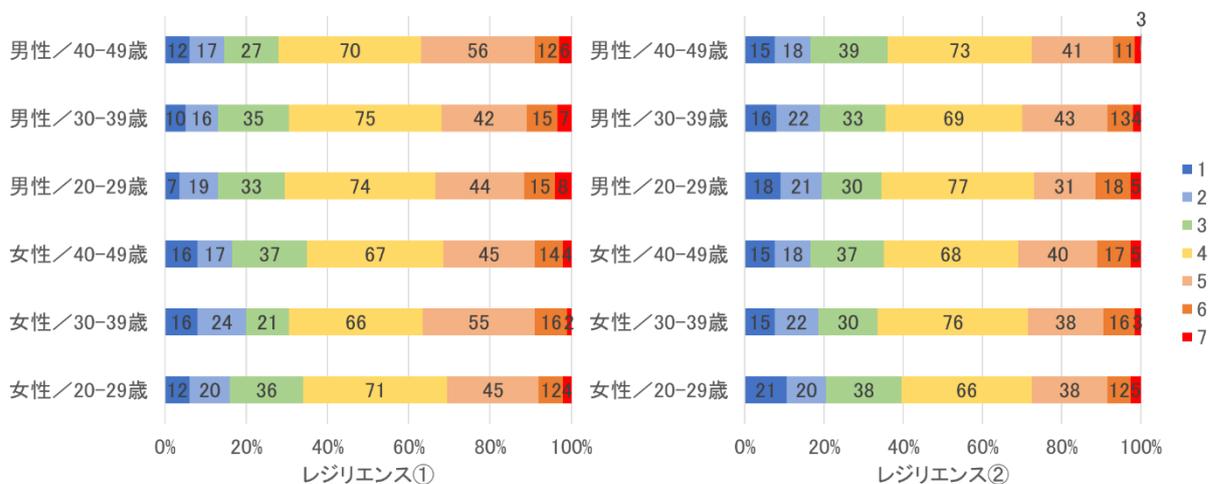
次に自己肯定感について、自己肯定感①では男女ともに、20代が最も点数が低く、年代が上がるごとに緩やかに高くなる傾向が確認できた。また自己肯定感②では、5以上の回答に着目すると、男女ともに20代が最も多く、30代40代と年代が高くなるごとに少なくなる傾向が確認できた。

(図 28 心理的資本：自己肯定感と性別・年齢の関係)



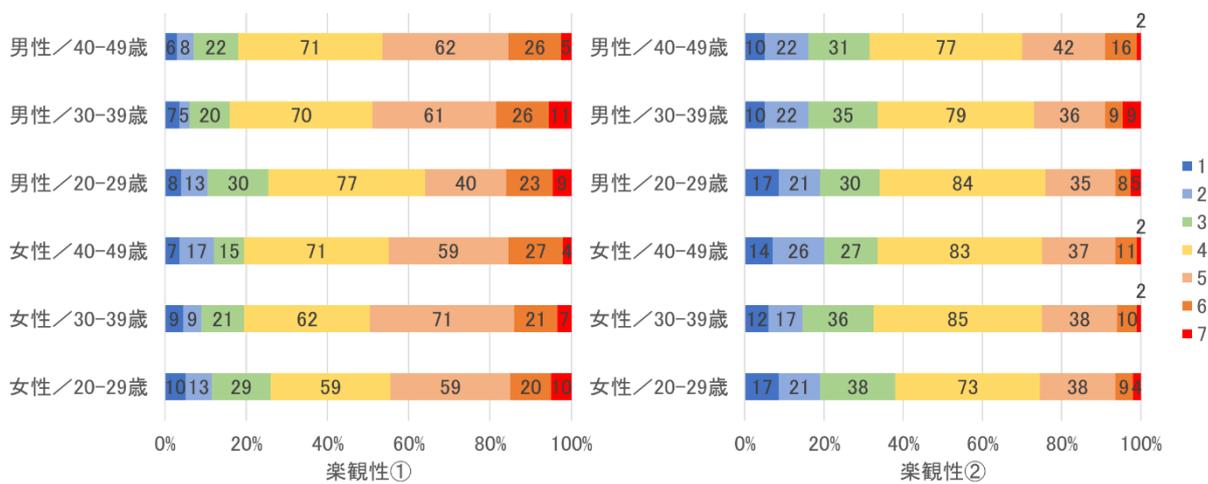
次にレジリエンスについて、レジリエンス①及び②では、男性女性ともにどの年代においても4が最も多く全体の3~4割弱を占め、5以上が3割弱、3以下が3割強を占める結果となった。

(図 29 心理的資本：レジリエンスと性別・年齢の関係)



最後に楽観性について、性別による大きな差は確認できなかったが、楽観性①に関して、30代男性における5以上の回答が、他の年代の男性及びすべての年代の女性と比較して10%前後低い傾向が確認できた。

(図 30 心理的資本：楽観性と性別・年齢の関係)



5. 3. 相関分析

EA(6項目)とBig Five(10項目)、心理的資本(8項目)における相関行列を表9に示す。

(表 9 相関行列)

アトナル態度	態度	意思	行動	EA1	EA2	EA3	EA4	EA5	EA6	外向(正)	協正(正)	勤正(正)	神正(正)	開正(正)	外向(負)	協負(負)	勤負(負)	神負(負)	開負(負)	希望①	希望②	自己肯定感①	自己肯定感②	レジリエンス①	レジリエンス②	樂觀性①	樂觀性②	
アトナル態度	1.0000																											
意思	0.7622	1.0000																										
行動	0.7982	0.7401	1.0000																									
EA																												
EA1: 起業への熱意	0.1527	0.2130	0.1386	1.0000																								
EA2: 自己効力感	0.1697	0.1869	0.1753	0.4870	1.0000																							
EA3: 起業の主体性	0.1632	0.1800	0.1482	0.5190	0.6796	1.0000																						
EA4: 積極性	0.1507	0.1662	0.1353	0.5064	0.5886	0.6452	1.0000																					
EA5: 革新性	0.2199	0.2352	0.2133	0.4540	0.6526	0.6710	0.7211	1.0000																				
EA6: 忍耐性	0.1520	0.1520	0.1246	0.4073	0.6384	0.6254	0.6496	0.7050	1.0000																			
Big Five																												
外向性(正)	0.0847	0.0877	0.0606	0.2121	0.3479	0.3477	0.5631	0.4608	0.4185	1.0000																		
協調性(正)	0.0796	0.0823	0.0582	0.2839	0.3214	0.3526	0.3390	0.3293	0.3396	0.2896	1.0000																	
勤勉性(正)	0.1074	0.0980	0.0925	0.2135	0.4154	0.4449	0.4421	0.4248	0.4295	0.3677	0.4186	1.0000																
神経症傾向(正)	0.0022	0.0088	-0.0121	0.1294	-0.0597	-0.0467	-0.1666	-0.1286	-0.1768	-0.2841	0.1263	-0.0879	1.0000															
開放性(正)	0.1937	0.2075	0.1454	0.3392	0.3800	0.4177	0.4518	0.5227	0.4149	0.3786	0.3447	0.3041	-0.0134	1.0000														
外向性(負)	0.0010	0.0028	-0.0326	0.0840	0.0117	0.0224	-0.1293	-0.0637	0.0007	-0.3186	0.2911	0.0203	0.4199	0.0220	1.0000													
協調性(負)	-0.0512	-0.0341	-0.0348	0.0252	-0.0101	0.0113	-0.0004	0.0157	-0.0682	0.0260	-0.1209	0.0246	0.2140	0.1133	-0.1058	1.0000												
勤勉性(負)	-0.0150	0.0082	-0.0326	0.0844	-0.1252	-0.1149	-0.1588	-0.1370	-0.1680	-0.1915	-0.0714	-0.3129	0.4451	0.0303	0.2131	0.2705	1.0000											
神経症傾向(負)	0.0641	0.0414	0.0732	0.1655	0.3546	0.2922	0.3313	0.3357	0.4740	0.3327	0.4301	0.4039	-0.2471	0.3062	0.1697	-0.2059	-0.2129	1.0000										
開放性(負)	-0.1698	-0.1285	-0.1693	0.0214	-0.1408	-0.1588	-0.1894	-0.3476	-0.2096	-0.2365	-0.0015	-0.1045	0.4290	-0.2431	0.3165	0.1140	0.3735	-0.0789	1.0000									
心理的資本																												
希望①	0.1471	0.1258	0.1455	0.2274	0.4981	0.4570	0.4541	0.5033	0.5204	0.4228	0.3876	0.4962	-0.2123	0.3934	-0.0075	-0.0595	-0.2553	0.5023	-0.2384	1.0000								
希望②	0.1211	0.0898	0.1119	0.2356	0.4939	0.4602	0.4680	0.4573	0.4953	0.4333	0.3823	0.4681	-0.1589	0.3482	-0.0198	-0.0738	-0.1950	0.4733	-0.1636	0.7141	1.0000							
自己肯定感①	0.1160	0.1010	0.1330	0.2421	0.4241	0.4751	0.4241	0.4680	0.4999	0.5220	0.4438	0.3688	-0.2156	0.3851	-0.0757	-0.0365	-0.2226	0.4597	-0.2607	0.7198	0.7272	1.0000						
自己肯定感②	0.1189	0.0603	0.1258	0.1587	0.3976	0.3818	0.4249	0.4498	0.4761	0.4658	0.2620	0.4079	-0.2605	0.3152	-0.0920	-0.0094	-0.2433	0.4036	-0.2690	0.5725	0.6017	0.6416	1.0000					
レジリエンス①	0.0902	0.0730	0.0971	0.2326	0.4238	0.3856	0.3943	0.3994	0.4605	0.3798	0.3665	0.4005	-0.2016	0.2951	0.0392	-0.1760	-0.1597	0.5500	-0.1524	0.5622	0.6009	0.6132	0.5271	1.0000				
レジリエンス②	0.0928	0.0727	0.0986	0.1562	0.4002	0.3316	0.3971	0.3860	0.4219	0.3947	0.3210	0.4118	-0.1935	0.3194	-0.0557	-0.0377	-0.1887	0.4630	-0.1543	0.5661	0.5962	0.6297	0.6087	0.6207	1.0000			
樂觀性①	0.0680	0.0752	0.0399	0.2559	0.3134	0.2796	0.2644	0.2304	0.2832	0.1855	0.2516	0.2600	-0.0166	0.2116	0.1022	-0.0253	0.0355	0.3527	0.0801	0.3099	0.3699	0.3653	0.2483	0.4430	0.3549	1.0000		
樂觀性②	0.1160	0.0664	0.1043	0.2311	0.3478	0.3187	0.3948	0.3637	0.4177	0.3589	0.2473	0.3100	-0.2160	0.2669	-0.0328	-0.0516	-0.1276	0.4170	-0.1178	0.4639	0.4876	0.5298	0.5112	0.5264	0.4814	0.4836	1.0000	

5. 3. 1. アートレベル×EA

まず、アートレベルと EA 各項目の関係を見ていく。表9より、アートレベル：態度、意思、行動はそれぞれ 0.7 以上の強い相関関係があり、多重共線性が働いていることがわかった。また、EA に関してもそれぞれの項目間で 0.4~0.7 程度の正の相関関係が確認できた。一方、アートレベルと EA の各項目間を見てみると、「EA1:起業への熱意」とアートレベル：意思、「EA5:革新性」とアートレベル：態度、意思、行動には弱い正の相関関係が確認できるものの、他の項目間では相関が確認できなかった。

5. 3. 2. EA×Big Five

次に EA の各項目と Big Five の関係を見ていく。外向性(正)、協調性(正)、勤勉性(正)、開放性(正)について、EA 全項目と弱い正の相関または正の相関関係にあることが確認できた。また、神経症傾向(負)については、「EA1:起業への熱意」以外の 5 項目との正の相関関係が確認できた。外向性(正)は EA4~6、勤勉性(正)は EA3~6、神経症傾向(負)は EA6 と 0.4 以上の相関係数が確認できた。開放性(負)については、EA5、EA6 と弱い負の相関が確認できた。

5. 3. 3. EA×心理的資本

次に EA と心理的資本の関係を見ていく。「EA2:自己効力感」、「EA3:起業への主体性」、「EA4:積極性」、「EA5:革新性」、「EA6:忍耐性」については、心理的資本のすべての項目と弱い正の相関または正の相関関係にあることが確認できた。「EA1:起業への熱意」に関しては、自己肯定感①とレジリエンス②以外の心理的資本各項目との弱い正の相関が確認できた。

5. 4. 単回帰分析

EA(6 項目)を被説明変数と置き、アートレベル：態度、意思、行動、Big Five(10 項目)、心理的資本(8 項目)を説明変数としたときの単回帰分析の結果を表 10 に示す。なお、有意な結果を得られなかった係数は灰色で示している。

(表 10 単回帰分析の結果 (係数のみ抽出))

		EA1:起業への 熱意	EA2:自己効力 感	EA3:起業への 主体性	EA4:積極性	EA5:革新性	EA6:忍耐性
アートレベル	態度	0.171	0.183	0.176	0.168	0.235	0.149
	意思	0.187	0.159	0.153	0.145	0.198	0.117
	行動	0.105	0.129	0.109	0.102	0.155	0.083
Big Five	外向性(正)	0.204	0.323	0.322	0.538	0.424	0.352
	協調性(正)	0.319	0.350	0.383	0.380	0.355	0.335
	勤勉性(正)	0.228	0.430	0.460	0.471	0.435	0.402
	神経症傾向(正)	0.126	-0.056	-0.044	-0.162	-0.120	-0.151
	開放性(正)	0.374	0.405	0.444	0.496	0.551	0.400
	外向性(負)	0.084	0.011	0.022	-0.129	-0.061	0.001
	協調性(負)	0.027	-0.010	0.012	0.000	0.016	-0.064
	勤勉性(負)	0.087	-0.124	-0.114	-0.162	-0.134	-0.151
	神経症傾向(負)	0.180	0.372	0.306	0.358	0.349	0.394
	開放性(負)	0.022	-0.140	-0.158	-0.194	-0.343	-0.189
心理的資本	希望①	0.249	0.527	0.483	0.495	0.527	0.499
	希望②	0.253	0.513	0.478	0.502	0.471	0.466
	自己肯定感①	0.273	0.517	0.461	0.525	0.539	0.515
	自己肯定感②	0.169	0.408	0.391	0.449	0.457	0.443
	レジリエンス①	0.262	0.462	0.387	0.443	0.431	0.455
	レジリエンス②	0.171	0.423	0.350	0.432	0.403	0.404
	楽観性①	0.299	0.354	0.315	0.307	0.258	0.290
	楽観性②	0.269	0.391	0.358	0.457	0.405	0.425

5. 4. 1. EA に対する Big Five

まず EA の各項目に対する Big Five の影響度についてみていく。

「EA1:起業への熱意」については、開放性(正)の係数が 0.373 と最も高く、続いて協調性(正)が 0.319、0.2 以上となったのが外向性(正)、勤勉性(正)であった。「EA2:自己効力感」については、勤勉性(正)が 0.429 と最も高く、続いて開放性(正)が 0.404、0.3 以上となったのが外向性(正)、協調性(正)、神経症傾向(負)であった。「EA3:起業への主体性」に関しても同じく勤勉性(正)が 0.459 と最も高く、続いて開放性(正)が 0.444、0.3 以上となったのが外向性(正)、協調性(正)、神経症傾向(負)であった。「EA4:積極性」に関しては、外向性(正)が 0.538 と最も高く、続いて開放性(正)が 0.495、勤勉性(正)が 0.470 であった。また協調性(正)及び神経症傾向の係数が 0.3 以上となった。「EA5:革新性」に関しては、開放性(正)が 0.551 と最も高く、本調査におけるすべての係数のうち最も高い結果となった。また開放性(正)、勤勉性(正)が 0.4 以上、協調性(正)、神経症傾向(負)が 0.3 以上であった。「EA6:忍耐性」に関しては、勤勉性(正)が 0.402、開放性(正)が 0.400 とともに 0.4 以上の係数となり、次いで係数が 0.3 以上となったのが神経症傾向(負)、外向性(正)、協調性(正)であった。

以上の結果から、Big Five では外向性、協調性、勤勉性、開放性が EA に対して強い正の影響を与え、一方神経症傾向は負の影響を与えるということがわかった。つまり本調査の結果からは、外向性や協調性、勤勉性や開放性が高い人ほど EA が高く、一方で神経症傾向が高い人は EA が低くなるということがいえる。

5. 4. 2. EA に対する心理的資本

次に EA の各項目に対する心理的資本の影響度について見ていく。心理的資本に関しては、いずれの項目においても有意な結果を得ることができた。

「EA1:起業への熱意」に関しては、楽観性①が 0.298 と最も高く、次いで希望①、希望②、自己肯定感①、レジリエンス①、楽観性②が 0.2 以上となった。「EA2:自己効力感」、
「EA3:起業への主体性」、「EA4:積極性」に関しては、すべての項目が 0.3 以上であった。EA2、EA3 では希望①、EA3 では自己肯定感①の係数が最も高かった。「EA5:革新性」と EA6:忍耐性に関しては自己肯定感①が最も高く、楽観性①が最も低い係数となった。EA の各項目間を比較してみると、心理的資本は EA の 6 項目すべてに正の影響を与えるが、「EA1:起業への熱意」に関しては他の EA の項目と比較して係数が低くなっているということが分かる。

アントレプレナーシップ研究では、多くの研究者が心理的資本とアントレプレナーシップの関係性に関する研究を行ってきたが、本調査の結果からも心理的資本はアントレプレナーシップに対して正の影響を与えるということがわかった。

5. 4. 3. EA に対するアートレベル

最後に EA の各項目に対するアートレベルの影響度について見ていく。単回帰分析の結果、EA の各項目に対してアートレベルは態度、意思、行動いずれも有意な結果を得ることができた。

「EA1:起業への熱意」に関しては意思が 0.186 と最も高く、行動が 0.105 と最も低い結果となった。「EA2:自己効力感」に関しては、態度が 0.183 と最も高く、同じく行動は 0.128 と最も低かった。「EA3:起業への主体性」に関しても同じく態度が 0.176 と最も高く、行動が 0.108 と最も低かった。「EA4:積極性」に関しても態度が 0.167 と最も高く、行動が 0.102 と最も低かった。「EA5:革新性」に関しても同じく行動が 0.155 と最も低い係数となった。そして態度が 0.235 と最も高く、すべてのアートレベルの係数の中で最も高い係数となった。「EA6:忍耐性」に関しても態度が 0.148 と最も高く、行動が 0.083 と最も低い結果となった。

EA の各項目間を比較してみると、態度、意思、行動、いずれのアートレベルに関しても「EA5:革新性」に対する影響度が最も高く、「EA6:忍耐性」に対する影響度が低いということがわかった。また、EA2~6 に対しては態度の影響が最も高く、行動の影響が最も低いということがわかった。

6. まとめと考察

本研究を通して新たに明らかになったことは以下の 5 点である。

まず 1 点目は、本調査の対象者においては、EA(6 項目)のうち「EA1:起業への熱意」が

最も高いということである。5以上の回答について、EA:2~6ではいずれも30%前後であったのに対し、「EA1:起業への熱意」では全体の過半数を占めた。また3点以下の回答に関しても、他の項目と比較して最も少ないことがわかった。

2点目は、40代の女性は、他の年代の女性及び全年代の男性と比較して、EAが低いということである。EAと性別・年齢のクロス集計結果より、すべての年代の男性及び20代~30代の女性と比較し、40代女性はEA:2~6において5以上の回答が10%前後少ないことがわかった。

3点目は、日常生活においてアートとの接点を持っている人は全体の半分程度であるということである。単純集計の結果より、アートレベル:態度、意思、行動いずれの項目においても約50%の人がアートレベル0であった。一方で、アートレベル全17項目の単純集計結果を見てみると、約半数以上の回答者が何らかの形で日常生活においてアートとの接点を持っているということがわかった。

4点目は、男性よりも女性の方が、日常生活においてアートとの接点を多く持っているということである。アートレベルと性別のクロス集計結果から、女性の方が男性より、アートレベル:態度、意思、行動が1以上の回答が多かった。

5点目は、EAとアートレベルは正の相関関係にあるということである。相関分析の結果からは、EAとアートレベル間における相関は確認できなかったが、単回帰分析ではアートレベル:態度、意思、行動はすべて、EA(6項目)に対する有意性が証明され、Big Fiveや心理的資本ほどの大きな係数ではなかったが、0.1~0.2程度の係数が得られた。

次に、上記結果から、本研究の目的である日常生活におけるアートとアントレプレナーシップの関係性について考察を行う。

結論として、日常生活におけるアートとの接点の多さは、アントレプレナーシップを向上させる要因となりうると思う。これまで多くの先行研究にて、アントレプレナーシップとパーソナリティの関係性について研究が行われてきた(e.g. Mahfuda et al., 2020; Zhao & Seibert., 2006; Karabulut., 2016)。そして本調査研究を通して、Big Fiveのうち外向性や協調性、勤勉性、外向性、心理的資本などのパーソナリティがEAに対して優位に高い係数を示すということがわかった。アートレベルに関しては、最も高い係数が0.2程度であり、各パーソナリティと比較すると影響は小さいが、態度、意思、行動、いずれの項目においてもEA6項目すべてに対して優位な結果を得ることができた。つまり、日常生活においてアートとの接点を設けることはアントレプレナーシップの向上につながり、さらにはこれまでパーソナリティの影響が強く後天的に育成が難しいとされていたEAの向上につながる可能性があるということがわかった。

また本調査の結果より、今の日本の20代~40代のEAはまだ低く、日常生活においてアートとの接点を持っていない人も過半数を占めている。つまり、現在民間企業が実施しているようなアートを活用した取り組みは、アートとの接点を設ける機会となりえ、さらにはその取り組みを通してアントレプレナーシップの向上につながる可能性があると思う。

7. 本調査の限界と今後について

最後に本調査の限界について述べる。

1点目は「アート」の扱いに関する課題である。本調査では、アートレベルの作成に当たり、日常生活におけるアートとの接点を限定した。それにより、今回想定していないアートとの接点を取りこぼしている可能性がある。また、アートレベルを構成する各設問に関して細かな分析が行えていない為、アートのどの要素をどのように取り入れればアントレプレナーシップが向上するののかという点については明らかにすることができなかった。

2点目が年齢や性別などの変数による影響をとらえきれていないという課題である。本調査では、質問項目のうちEA(6項目)、アートレベル(17項目)、Big Five(10項目)、心理的資本(8項目)を中心に分析を行ったため、デモグラフィック係数による影響や、年齢や性別、パーソナリティをコントロール変数と設定した場合の分析まで至ることはできなかった。

3点目は、EA以外のアントレプレナーシップの構成要素について検討できていない点である。先にも述べたように、アントレプレナーシップとは、新たな価値を生み出すための個人の資質や行動、スキルなど多次元の要素を含む概念である。本調査ではアントレプレナーシップの中でも特に多くの先行研究で用いられているEAに着目したが、そのほかにもEIやEBなどの構成要素についての検討が必要である。

以上のように、本調査では多くの課題が残る結果となった。今後はこれらの課題に対応し、アートレベル各項目とEA各項目についての分析、性別や年齢、パーソナリティなどをコントロール変数とした場合の重回帰分析などを通して、日常的なアートとのかかわりがアントレプレナーシップに及ぼす影響について分析していく。

8. 謝辞

本調査の実施に当たり、多くの方にご協力、ご助言をいただきました。株式会社ウィル・シードの小林陶哉様、木下みらい様、杉本麻祐子様、齋藤亮子様、中尾寅彦様、須川健太郎様には、お忙しい中、勉強会を通して多くのご助言をいただきました。実務家として、ビジネスの現場に身を置いていらっしゃる皆様からの付度のないご意見は、本研究に対して新たな気付きを得る大きなきっかけとなりました。ここに心より感謝申し上げます。また、金間研究室の中村雛乃様、福田萌果様、村中さくら様、工藤柊真様、米井美琴様には、データの分析及び考察に関するご助言をいただきましたことを感謝申し上げます。特に中村雛乃様、福田萌果様、村中さくら様の御3名には、日頃より多くのご支援をいただきましたことを心より感謝申し上げます。思うように研究を進められず、自分自身の未熟さを強く実感する時期もありましたが、皆様のおかげで約2年間の研究成果をこうした形で残すことができました。今後は、ご協力いただいた皆様に少しでも恩返しができるように、より一層謙虚に、懸命に励んでいきたいと思っております。稚拙な文章になってしまいましたが、改めて、ご協

力をいただきました全ての皆様に深く感謝申し上げます。

9. 参考文献

- 秋元雄史(2019)『アート思考 ビジネスと芸術で人々の幸福を高める方法』株式会社プレジデント社.
- 稲田優子(2021)「MBAアントレプレナーシップ教育フレームワークの構築：授業・プログラムの効果検証」関西学院大学.
- 小塩真司, 阿部晋吾, Pino Cutrone(2012)「日本語版 Ten Item Personality Inventory(TIPI-J)作成の試み」パーソナリティ研究, 21(1), 40-52.
- 株式会社 NOMAL 「WALL ART」 <https://wasabi-artdesign.com/service/wall-art> (最終閲覧日：2024年2月19日)
- 末永幸歩(2020)『「自分だけの答え」が見つかる 13歳からのアート思考』ダイヤモンド社.
- 東京大学「東京大学アントレプレナー道場」 <https://www.ducr.u-tokyo.ac.jp/activity/venture/education/dojo.html> (最終閲覧日：2024年2月19日)
- 凸版印刷株式会社, 国立大学法人京都大学(2020)「アートの活用凸版印刷と京都大学、アート思考による新手法開発で人財育成を支援」 https://www.toppan.co.jp/news/2020/06/newsrelease200601_2.html (最終閲覧日：2024年2月19日)
- 延岡健太郎(2021)『アート思考のものづくり』日経BP日本経済新聞出版本部.
- 延岡健太郎, 木村めぐみ(2016)「マツダ：マツダデザイン“CAR as ART”」一橋ビジネスレビュー, 63(4),130-148, 東洋経済新報社.
- 向後千春(2022)「基本的心理欲求とアドラー心理学に基づく感情制御のコース設計」日本教育工学会研究報告集, 2, 44-51.
- 村井拓人(2022)「アート思考を活用したプログラムマネジャーの人材開発に関する考察」 *Journal of International Association of P2M*, 16(2), 169-189.
- 森永泰史(2021)『デザイン, アート, イノベーション—経営学から見たデザイン思考, デザイン・ドリブン・イノベーション, アート思考, デザイン態度—』同文館出版株式会社.
- 文部科学省(2017)「次世代アントレプレナー育成事業(EDGE-NEXT)」 https://www.mext.go.jp/a_menu/jinzai/edge/1346947.htm (最終閲覧日：2024年2月19日)
- 若宮和男(2019)『ハウ・トゥー アート・シンキング 閉塞感を打ち破る自分起点の思考法』実業之日本社.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Akhmetshin, E. M., Mueller, J. E., Yumashev, A. V., Kozachek, A. V., Prikhodko, A. N., & Safonova, E. E. (2019). *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1-12.

- Brockhaus, Robert H. (1982). *The Psychology of the Entrepreneur. Encyclopedia of Entrepreneurship*. Ed. Calvin A. Kent, Donald L. Sexton, and Karl H. Vesper. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 39-56.
- Cho, Y. H., & Lee, J.-H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124-134.
- Covin, J.G., Slevin, D.P. (2002). The entrepreneurial imperative of strategic leadership. In M.A. Hitt, R.D. Ireland, S.M. Camp, & D.L. Sexton (Eds.). *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset* (pp. 309-327). Oxford, UK: Blackwell Publishers.
- Karabulut, A. T. (2016). Personality Traits on Entrepreneurial Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229, 12-21.
- Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3).
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Kyndt, E., & Baert, H. (2015). Entrepreneurial competencies: Assessment and predictive value for entrepreneurship. *Journal of Vocational Behavior*, 90, 13-25.
- Lackéus, M. (2015). Entrepreneurship in education: What, why, when, how. *Entrepreneurship 360*. Background Paper. OECD.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., Norman, S. M. (2007). Positive Psychological Capital: Measurement and Relationship with Performance and Satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541-572.
- Mahfud, T., Triyono M. B., Sudira, P., Mulyani, Y. (2020). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital. *European Research on Management and Business Economics*, 26(1), 33-39.
- Miller D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-792.
- Miralles, F., Giones, F., & Riverola, C. (2016). Evaluating the impact of prior experience in entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12, 791-813.
- Neck, H.M., Neck C.P., Murray, E.L. (2017). *Entrepreneurship: The practice and mindset*. Los Angeles, CA: Sage.
- Pillis, E., & Reardon, K. (2007). The influence of personality traits and persuasive messages on entrepreneurial intention: A cross-cultural comparison. *Career Development International*, 12(4), 382-396.
- Sánchez, J. C. (2013). The Impact of an Entrepreneurship Education Program on

Entrepreneurial Competencies and Intention. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 447-465.

Whitaker, A. (2016). *Art Thinking: How to Carve Out Creative Space in a World of Schedules, Budgets, and Bosses*. Harper Business

Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(1), 259-271.