

<研究ノート>

## 大学生の起業意識調査レポート

### —GUESSS2016 調査結果における日本のサンプル分析—

田路則子  
鹿住倫世  
新谷 優  
本條晴一郎

#### 要旨

GUESSS 2016 は、全体 50 カ国、1,082 の大学が参加して行われた、大学生の起業意識調査である。全体で 122,509 件の有効回答を集めている。日本では 24 大学・大学院が参加し、1,490 件の有効回答を得た。参加国全体と日本の集計結果を比較したところ、卒業直後および卒業 5 年後のキャリア選好においては、日本の学生は参加国全体よりも従業員となることを希望する学生が多い（卒業直後 80.4%、卒業 5 年後 61.0%）。参加国全体では、卒業 5 年後に起業家になることを希望する者が 38.2%であるのに対し、日本は 8.8%にとどまっている。起業準備中の起業家予備軍は全体で 21.9%、日本の学生は 12.8%であった。また、既に起業している者の割合は全体で 8.8%であるのに対し、日本の学生は 1.3%と少ない。その他、起業意思、個人のスキルの自己評価等、ほとんどの項目について日本の学生は参加国全体の平均値よりも低いことがわかった。また、起業家教育が起業意思に与える影響について共分散構造分析を行ったところ、「大学の環境」が直接的に起業意思を高め、「大学の講義」が「起業に対する態度」と「スキルや能力に関する自信」を介して起業意思を高めていることが確認できた。

**キーワード：** 起業意思、大学の環境、起業家教育、キャリア選好

#### Abstract

1082 universities from 50 countries participated in the GUESSS 2016 survey of student entrepreneurial spirit. The global survey produced a total of 122,509 valid responses. In Japan, 24 universities and graduate schools participated, producing a total of 1490 valid responses.

Comparing results from all participating countries with those from Japan, we find that when asked about career preferences immediately after and five years after graduation, a higher proportion of students in Japan hope to be employed (80.4% just after graduation, 61.0% after five years). In the all countries total sample, 38.2% hope to become entrepreneurs after five years; in Japan only 8.8% share this aspiration. Nascent entrepreneurs preparing to launch businesses account for 21.9% of the total sample. But in Japan this figure is only 12.8%. In the total sample, 8.8% have already started businesses, while in Japan this figure is a low 1.3%.

Elsewhere the question is intention to start a business or self-assessment of personal skills related to starting a business, Japanese students score lower than their peers from other countries.

Correlation analysis of factors affecting students “entrepreneurial intention (desire to start a new business)” reveals a direct positive correlation between “entrepreneurial intention” and “university climate” that promotes

entrepreneurship. And “Courses and offerings” correlates to “entrepreneurial intention” via “attitude toward entrepreneurship” and “perceived competence.”

**Keywords:** entrepreneurial intention, university climate, entrepreneurial education, nascent entrepreneur, career preferences

## 1. はじめに

### 1.1 GUESSS 調査の概要

GUESSS (GLOBAL UNIVERSITY ENTREPRENEURIAL SPIRIT STUDENTS’ SURVEY) は、スイスのサンガレン大学の中小企業・企業家活動研究所 (The Institute for Small Business and Entrepreneurship) とファミリービジネスセンター (The Center for Family Business) が事務局となり、参加国全体の大学生、大学院生を対象として2年に1度実施されている起業意識調査である。2003年から実施されており、今回は7回目となる。日本の参加は2011年以来、2016年調査で3回目となった。

2016年調査は、世界50カ国、1,082の大学が調査を実施し、全体で122,509件の有効回答を得ている。全体の分析結果は、Sieger et al.(2016) “Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 countries”<sup>1</sup>を参照されたい。

### 1.2 調査目的とフレームワーク

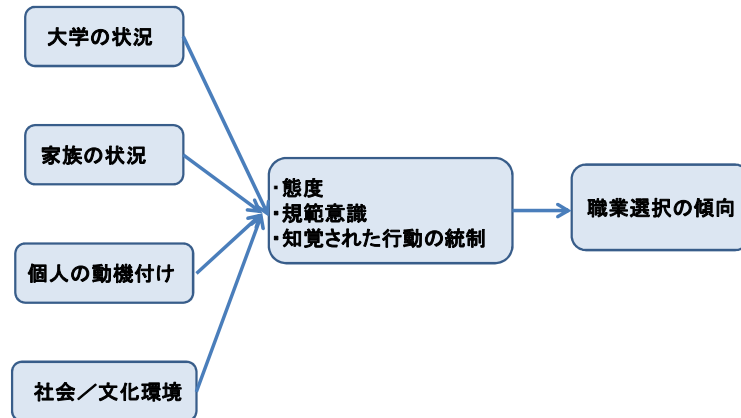
本調査の基本的な目的は、学生のキャリア選好と起業家活動に関するデータを世界中から継続的に収集し、大学、学生、支援者、政策立案者および研究者に対して有益な情報を提供することである。

調査のフレームワークは、計画的行動理論 (Theory of planned behavior) を基本とする (Ajzen 2002)。Ajzen (2002) によれば、態度 (ある行動が人々にとって好ましいかどうかの評価)、規範意識、知覚された行動の統制 (自己効力感と制御可能性) が、行動意図に影響を与え、行動を規定する。本調査ではこのフレームワークを起業家活動の分野に応用して、職業選択の傾向 (創業者、従業員、研究者、公務員、事業継承等) に、大学の起業に関する環境や教育、個人の動機づけ、家族の状況、社会/文化環境が影響するかどうかを探った。調査のフレームワークは変わっておらず、2013年のレポートにある図1がわかりやすい。

---

<sup>1</sup> GUESSS の公式ウェブサイト (<http://guesssurvey.org/>) からダウンロード可能。

図1 GUESSS 調査の基本的フレームワーク



出典：Siger,P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014) “International Report of the GUESSS 2013/2014”, p.7（筆者訳）

### 1.3 参加国全体の回答数

GUESSS 2016 の参加国一覧と有効回答数は表 1 のとおりである。事務局がスイスの大学に置かれているため、ヨーロッパ圏の国が多く参加している。アジア圏の参加国は、日本のほか中国、韓国、マレーシア、インド、パキスタンである。

表1 GUESSS 2016参加国と有効回答数

国	大学数	サンプル数	比率
Germany (GER)	50	15,984	13.0
Ecuador (ECU)	5	8,211	6.7
Brazil (BRA)	83	7,417	6.1
Spain (ESP)	19	7,373	6.0
Poland (POL)	58	6,388	5.2
Chile (CHI)	32	6,077	5.0
Hungary (HUN)	23	5,182	4.2
Portugal (POR)	11	4,685	3.8
El Salvador (ESA)	14	4,653	3.8
Italy (ITA)	39	4,446	3.6
Russia (RUS)	34	4,152	3.4
Colombia (COL)	13	3,832	3.1
Austria (AUT)	51	3,755	3.1
China (CHN)	97	3,274	2.7
Panama (PAN)	5	3,273	2.7
Slovakia (SVK)	17	3,266	2.7
Switzerland (SUI)	40	2,943	2.4
Argentina (ARG)	45	2,625	2.1
Korea (KOR)	52	2,603	2.1
Australia (AUS)	18	2,359	1.9
Morocco (MAR)	11	2,044	1.7
Croatia (HRV)	26	1,555	1.3
Japan (JPN)	25	1,490	1.2
Uruguay (URY)	7	1,396	1.1
Peru (PER)	12	1,297	1.1
Mexico (MEX)	4	1,207	1.0
Czech Republic (CZE)	10	1,135	0.9
England (ENG)	16	1,074	0.9
Estonia (EST)	25	811	0.7
Ireland (IRL)	17	807	0.7
Belgium (BEL)	6	771	0.6
Belarus (BLR)	16	716	0.6
France (FRA)	16	714	0.6
Greece (GRE)	12	649	0.5
Sweden (SWE)	10	606	0.5
Pakistan (PAK)	12	580	0.5
Slovenia (SLO)	5	575	0.5
Finland (FIN)	16	532	0.4
Lithuania (LTU)	36	426	0.3
USA (USA)	15	353	0.3
Canada (CAN)	2	297	0.2
Kazakhstan (KAZ)	22	253	0.2
Liechtenstein (LIE)	2	159	0.1
Malaysia (MYS)	20	137	0.1
Macedonia (MKD)	3	124	0.1
Luxembourg (LUX)	5	82	0.1
Ukraine (UKR)	4	73	0.1
Albania (ALB)	6	70	0.1
Norway (NOR)	4	41	0.0
India (IND)	11	37	0.0
Total	1,082	122,509	100

(出所) 筆者作成。

#### 1.4 日本での実施方法

GUESSSS は、参加各国において幹事大学を決め、調査に参加する大学を募り、統一調査票で調査が実施される。元の調査票は英語で記述されているが、幹事校の責任で各国の使用言語に翻訳される。また要望があれば各国独自の質問を追加することが可能である。

調査票はサーバーで管理され、参加大学の学生に対して調査票の URL を貼り付けた電子メールを送信して調査への協力を呼び掛けている。日本では、2016年4月から2016年7月末まで調査を実施した。しかし、大学の広報や Facebook ページで呼びかけても、回答は難しいため、直接的働きかけが重要である。そこで、調査の実施に協力可能な大学の教員にチラシを送付し、授業等で直接学生に配布してもらい、調査への協力を要請した。授業中にスマートフォンなどを使ってその場で回答してもらう方法が有効である。

今回の調査では 1,490 件の有効回答を集めることができた。大学名と有効回答数は表 2 のとおりである。なお、依頼したが、回答がゼロであった参加校の名前は省いている。

表2 大学ごとの有効回答数

大学名	n	%	大学名	n	%
専修大学	446	29.9%	関西学院大学	19	1.3%
法政大学	219	14.7%	一橋大学	19	1.3%
武蔵大学	207	13.9%	愛知学院大学	15	1.0%
龍谷大学	95	6.4%	崇城大学	11	0.7%
学習院大学	64	4.3%	京都女子大学	7	0.5%
九州大学	57	3.8%	西南学院大学	7	0.5%
高千穂大学	50	3.4%	中央大学	7	0.5%
文教大学	45	3.0%	南山大学	7	0.5%
大阪商業大学	41	2.8%	神戸大学	6	0.4%
大阪市立大学	38	2.6%	国学院大学	2	0.1%
福岡大学	36	2.4%	大阪大学	1	0.1%
慶応大学	23	1.5%	その他	45	3.0%
東北大学	23	1.5%	合計	1,490	100.0%

(出所) 筆者作成。

#### 1.5 日本の回答者の属性

回答者の身分は、参加国全体、日本ともに学部学生が最も多かった。日本は修士課程以上の学生の割合が少なく、1,490 人中 8 人しか存在しない。日本では、女性が 40.5%、男性が 59.0%であった。国籍は 97.3%が日本であり、アジアからの留学生がいるものの、多様性は低い (表 3)。

表3 日本の回答者の国籍

国籍	n	%
日本	1,450	97.3%
中国	20	1.3%
韓国	7	0.5%
台湾	3	0.2%
その他アジア	2	0.1%
その他	3	0.2%

(出所) 筆者作成。

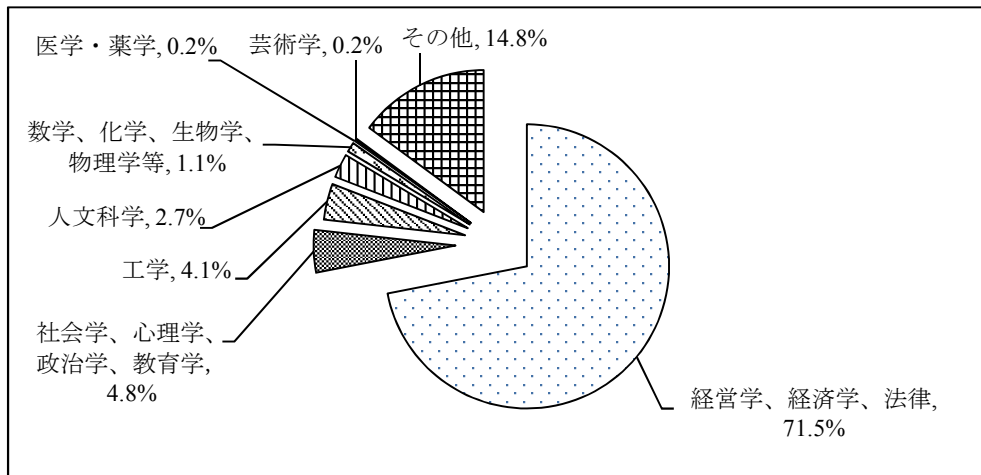
## 2. 影響要因の分析

### 2.1 大学における専攻

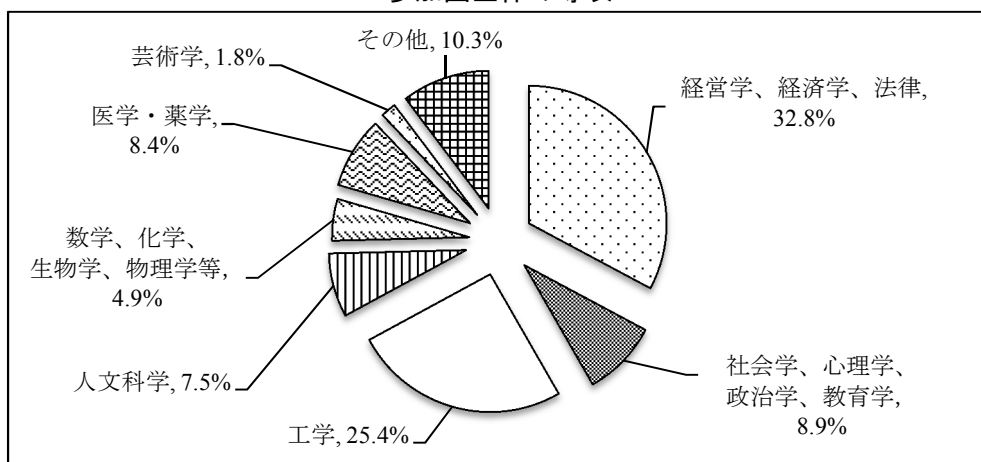
回答者が学んでいる専攻の内訳は、図2のとおりである。日本においては、経営、商学の教員への依頼が多かったことを反映して、カテゴリーでは、経営学、経済学、法律が突出して多くなっており、参加国全体の回答分布と異なる傾向を示している。

図2 回答者の専攻

#### 日本の専攻



#### 参加国全体の専攻

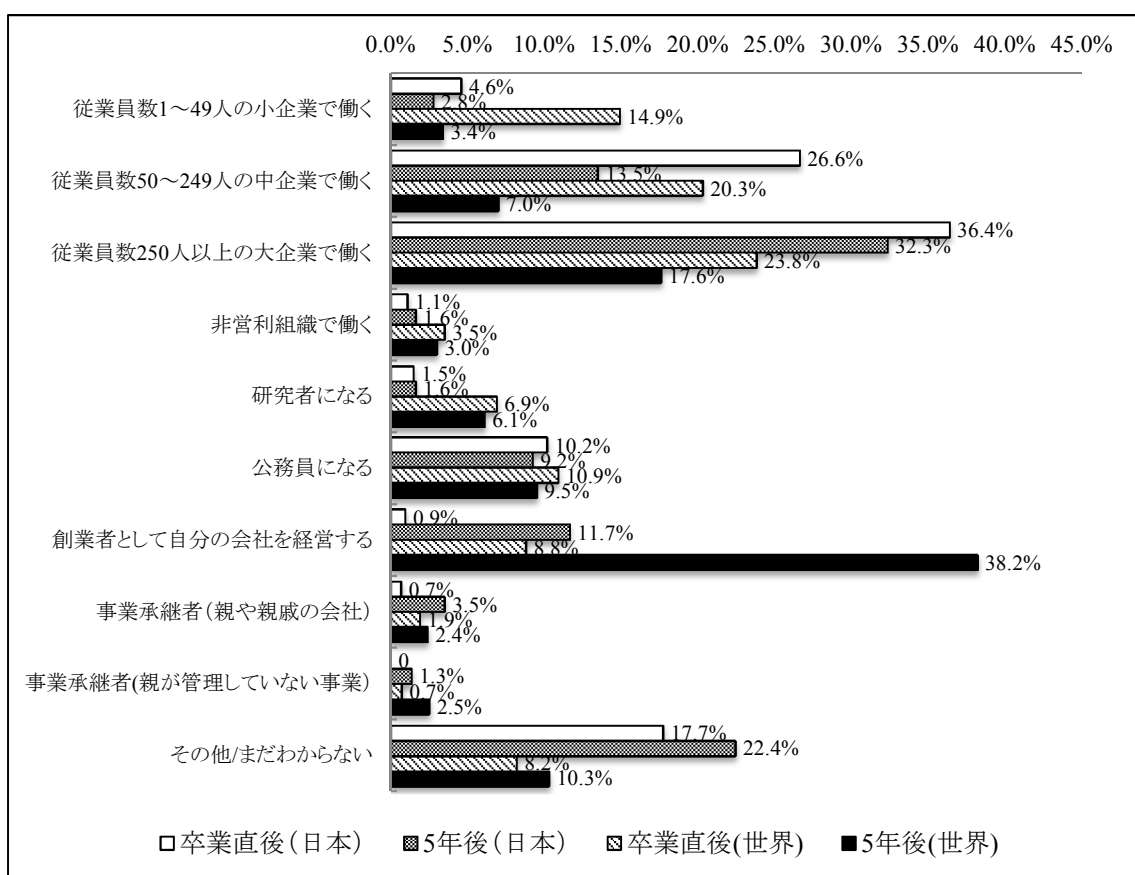


(出所) 筆者作成。

## 2.2 キャリア選好

回答者に卒業直後および卒業 5 年後に希望する働き方を尋ねている。参加国全体では、卒業直後は「企業で従業員として働く」とする者が、小企業 14.9%、中企業 20.3%、大企業 23.8%であるが、5 年後には企業で働くとする者は減り、「創業者として自分の会社を経営する」ことを希望する者が 38.2%にも上っている。日本では、卒業直後から「企業で従業員として働く」とする者が多く、小企業 4.6%、中企業 26.6%、大企業 36.4%と、大企業志向である。一方、卒業直後に「創業者として自分の会社を経営する」ことを希望する者は 0.9%とわずかであり、5 年後も 11.7%にとどまっている。参加国全体の世界平均は、卒業直後は 8.8%、5 年後は 38.2%である (図 3)。横軸は選択した率を示す (以下同様)。

図3 キャリア選好の比較

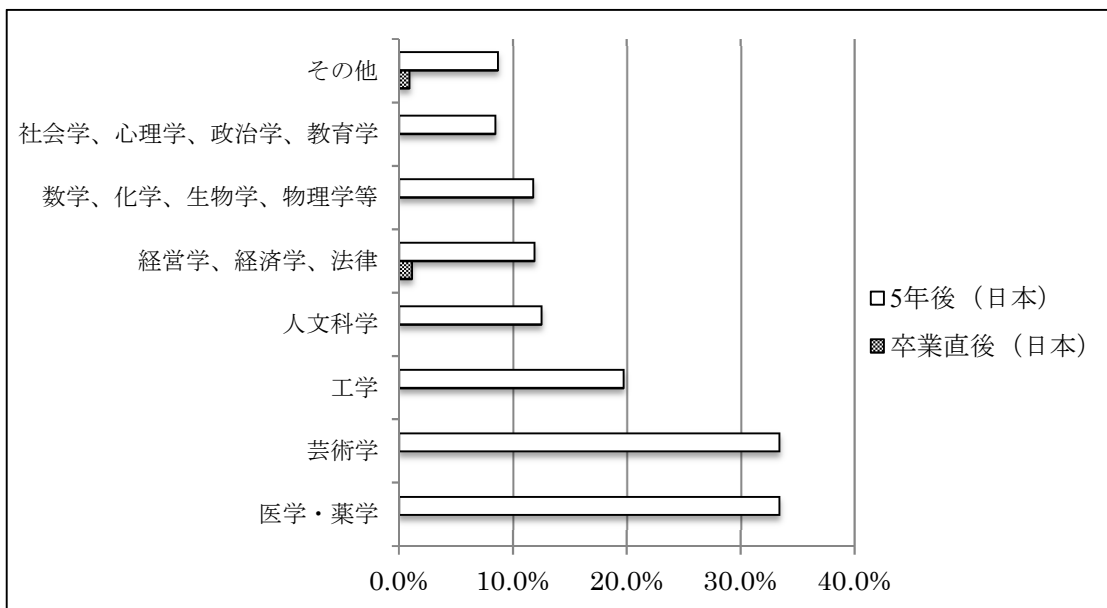
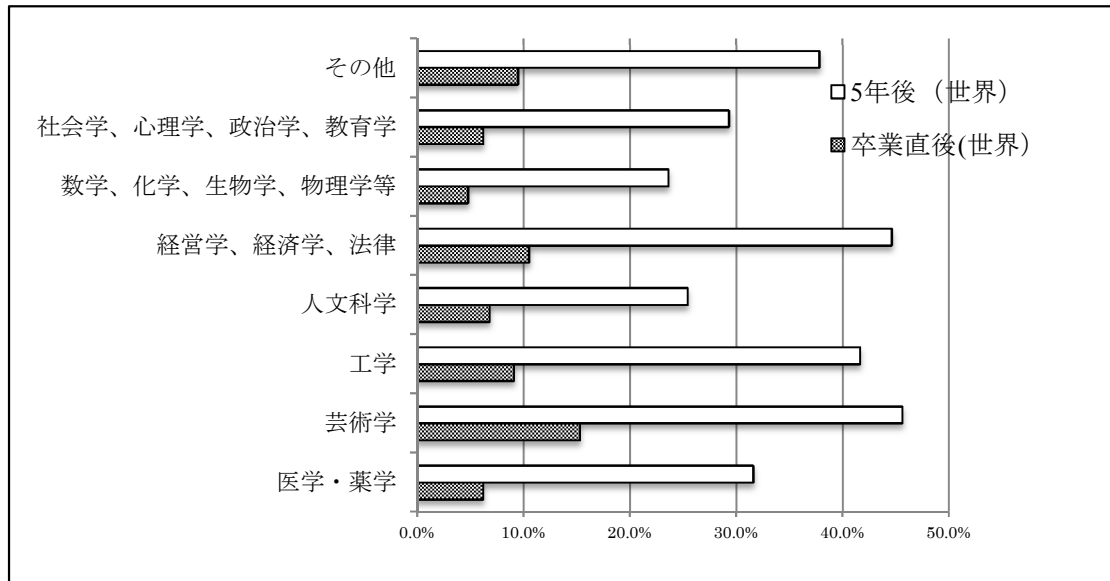


(出所) 筆者作成。

## 2.3 専攻別の起業意欲

専攻別の起業意欲についても、参加国全体平均と日本の差は大きく、卒業直後も 5 年後も大きな違いがあった。日本のサンプルで卒業直後に起業を予定している者は、経営学、経済学、法律以外の専攻は皆無であるという結果となった (図 4)。ただし、5 年後は増える。少なくとも 10-20%程度のサンプルが、各専攻で 5 年後に起業したいという回答をしている。経営学、経済学、法律よりも、人文科学、工学の方が、起業への意欲が高いことは興味深い。医学・薬学が高いのは、開業を意味しているため、当然ともいえよう。芸術も同じく独立することを意味しているのだろう。

図4 専攻別の起業意欲を持つ率

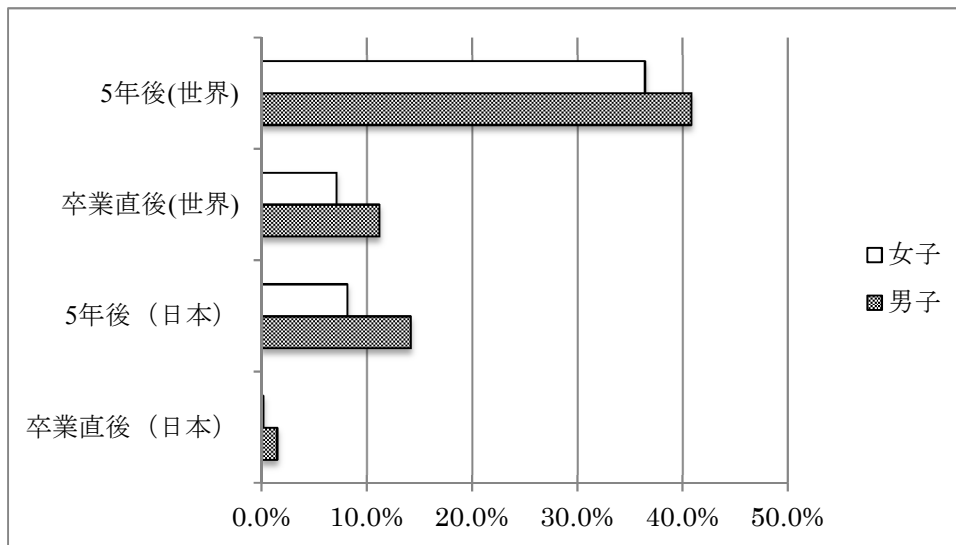


(出所) 筆者作成。

## 2.4 男女別の起業意欲

男女別で、日本と参加国全体を比較してみよう。どちらも男子の方が女子よりも起業意欲が高い (図5)。男女ともに、卒後直後に起業したいと答えた参加国全体の割合と、5年後に起業したいと答えた日本の割合がほぼ等しくなっている。日本のサンプルは、起業に対して慎重であるといえよう。

図5 男女別の起業意欲を持つ率

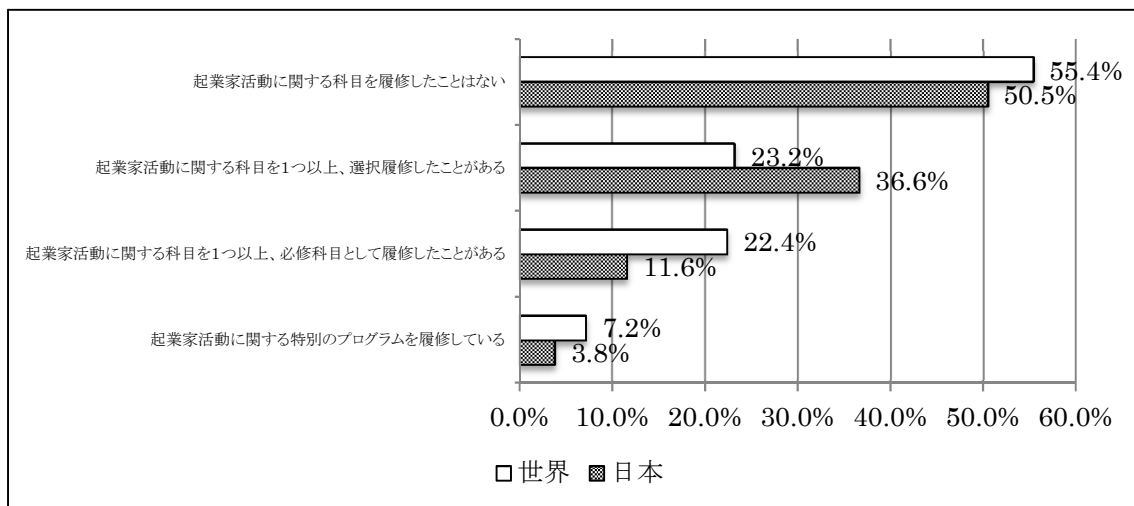


(出所) 筆者作成。

## 2.5 大学における起業家教育

大学の講義として提供されている科目の履修について、履修したことがない率を比較すると、参加国全体が 55.4%、日本が 50.5%と大きな差はない (図 6)。ただ、必修科目か選択科目であるかには差が見られ、必修科目として履修した率は、日本は参加国全体に比べて低く、選択科目として履修した率は、日本は参加国全体に比べて高い。

図6 起業家教育科目の履修率 (全体サンプル)



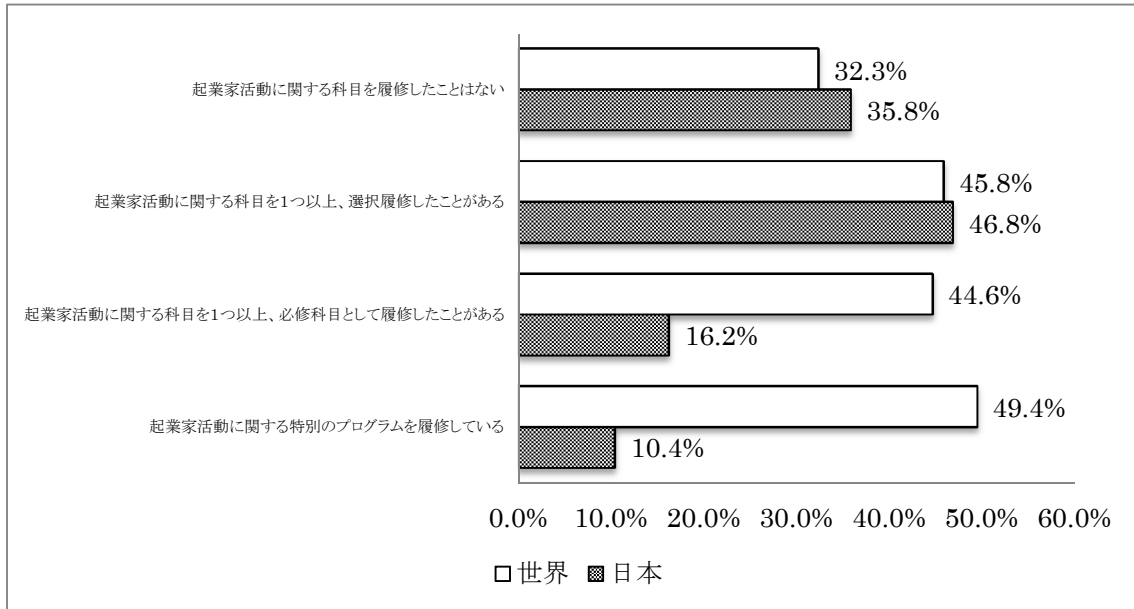
(出所) 筆者作成。

続いて、卒業5年後に起業したいと答えた起業意欲のある者を対象に、日本と参加国全体を比較したい (図 7)。科目履修をしたことがない者の割合は、日本の 35.8%と参加国全体の 32.8% とあまり差がない。また、選択必修として履修した割合も、日本の 46.8%は、参加国全体の 45.8%と大きな差がない。この2つを合わせて考察すると、日本も参加国全体においても、起業にある程度関心ある者が能動的に履修し、5年後に起業するというキャリアを想定している可能性が高い。大きく違うのは、必修科目として履修した割合であ



る。日本の必修科目としての履修率が 16.2%と低いのは、先の全体サンプルでも示したように、日本では必修科目になっている大学が少ないことを反映している。参加国全体では、起業意欲のある者のうち、44.6%が必修科目として選択していることと比べると、日本でも必修科目として設置すれば、起業意欲を持つ者は増える可能性は否めない。

図7 起業家教育科目の履修率（卒業5年後起業予定のみ）



(出所) 筆者作成。

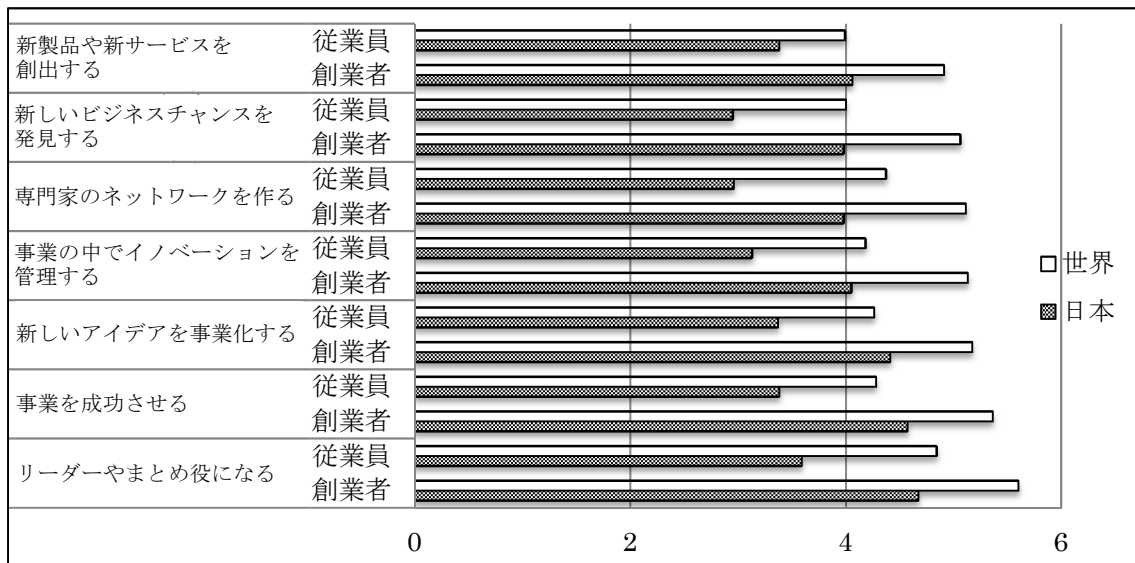
今回、日本の調査に追加した質問に、「チーム組成に関する講義かセミナーを少なくとも1科目以上、履修したことがある」がある。チーム組成の学習が、起業意欲に与える影響を確認してみたい。

まず、チーム組成に関する講義を履修したことがある者は37.1%（553人）、履修したことが無い者は61.9%（923人）であった。それぞれのカテゴリー内で、卒業5年後に起業したいと答えたサンプルの割合を比べると、履修したことがある者の中では14.5%（80人）、履修したことが無い者の中では9.9%（91人）という結果が得られた。チーム組成に関する学習は、起業意欲を高める可能性がある。

## 2.6 個人の経営スキル

7種にわたる経営スキルを6段階で自己評価させたデータを参加国全体と日本の間で比較をすると、日本の方がスキルが低い傾向にある（図8）。また、創業者になりたいか従業員になりたいかによって、スキルを比べると、創業者の方が従業員よりも高くなる傾向は、すべてのスキルに共通している。自分のスキルを高く評価している者は起業意欲を持ちやすいことがわかる。つまり、スキルを磨くことによって起業意欲を高めることができるのではないかという、参加国全体レポートの指摘は、日本でも妥当であろう。

図8 経営スキルの従業員と創業者の比較



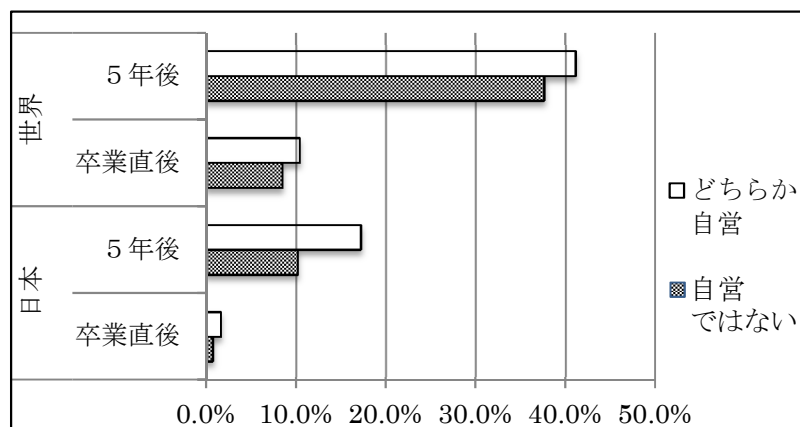
(出所) 筆者作成。

## 2.7 家族の状況

参加国全体では、17.5%の者が、母親か父親のどちらかが自営業者であると回答している。日本では、20.8%であった。

親が自営業者なら、起業意欲は高まるのだろうか。親の影響を見るために、図9を参照されたい。親のどちらかが自営である回答者の起業意欲は、自営ではない回答者の起業意欲よりも高くなっている。その傾向は参加国全体と日本に共通だが、そもそも日本では起業意欲が低いため、親の起業が影響するかどうかは判断が難しい。そこで、親の会社の業績の高低が与える影響を考察してみたい。

図9 親の自営/非自営と起業意欲を持つ率

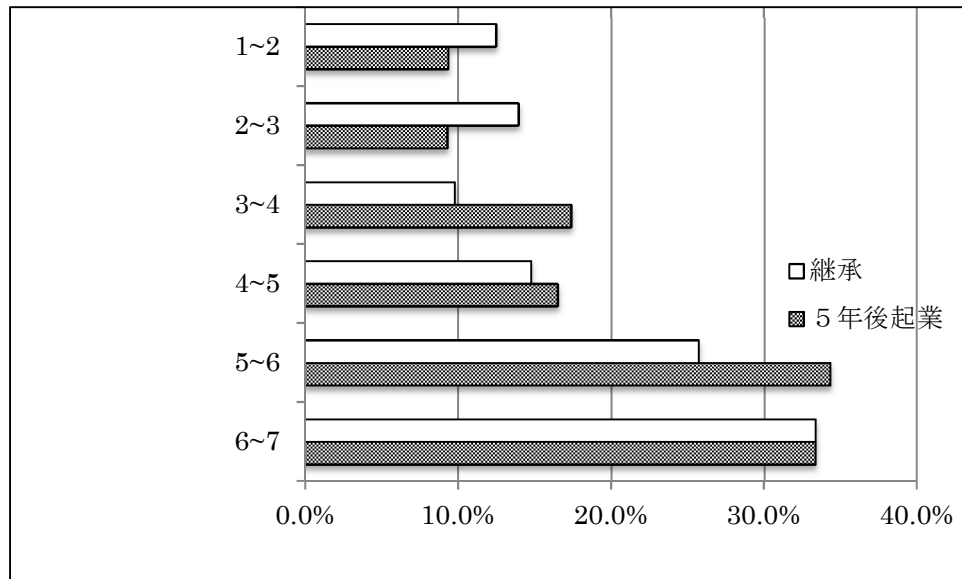


(出所) 筆者作成。

図10で、親の会社の業績と起業意欲の関係を見よう。業績は、過去3年間の、売上高の成長性、収益の成長性、市場シェア、雇用創出、革新性について質問しており、各項目を総合して6段階で分類した。ここでは、親の事業を継承する者と、自ら5年後に起業する者とを比較したい。業績が上がるほど、継承も自ら起業も増えていく。従業者になるより

も魅力的なキャリアに感じるのだろう。興味深いのは、親の会社の業績が悪い場合（1～2）は、継承が自ら起業よりも高いが、中程度では自ら起業の方が高く、最も業績が高い場合（6～7）では、継承と自ら起業が拮抗している。解釈としては、業績が悪い場合は、親を助けたいと考えるのか、または再建を期待されているのだろうか。中程度になると、自分で事業を興して成功させたいという欲求が高まるのであろう。業績が高い場合は、継承するインセンティブが増すということであろう。

図10 親の会社業績別の起業意欲を持つ率



(出所) 筆者作成。

### 3. 起業準備を始めた起業家予備軍 (Nascent Entrepreneur)

#### 3.1 起業家予備軍と活動起業家

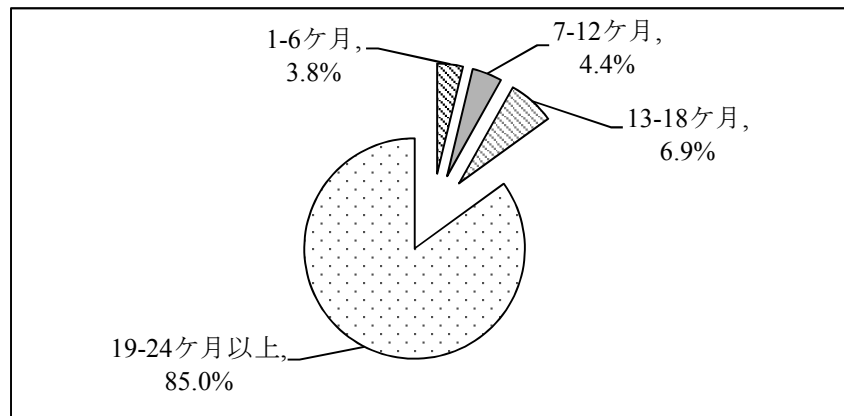
起業準備状況を尋ねたところ、参加国全体では 21.9%の者が「現在、会社を設立または自営業を開業しようとしている=起業家予備軍」と回答している。日本でも 12.8% (190 人) の者が起業家予備軍である。これは、49 国中 38 位である。

さらに、「すでに自分の会社を経営している、自営業者である=活動起業家」という者は、参加国全体では 8.8%であるのに対し、日本はわずか 1.3% (19 人) であった。

#### 3.2 計画中のビジネス

190 人の起業家予備軍に実際の事業開始時期を問うたところ、85%が 19-24 ヶ月以上先であると回答している。参加国全体では 46.4%であったため、日本の回答者の起業には時間がかかることがわかる (図 11)。

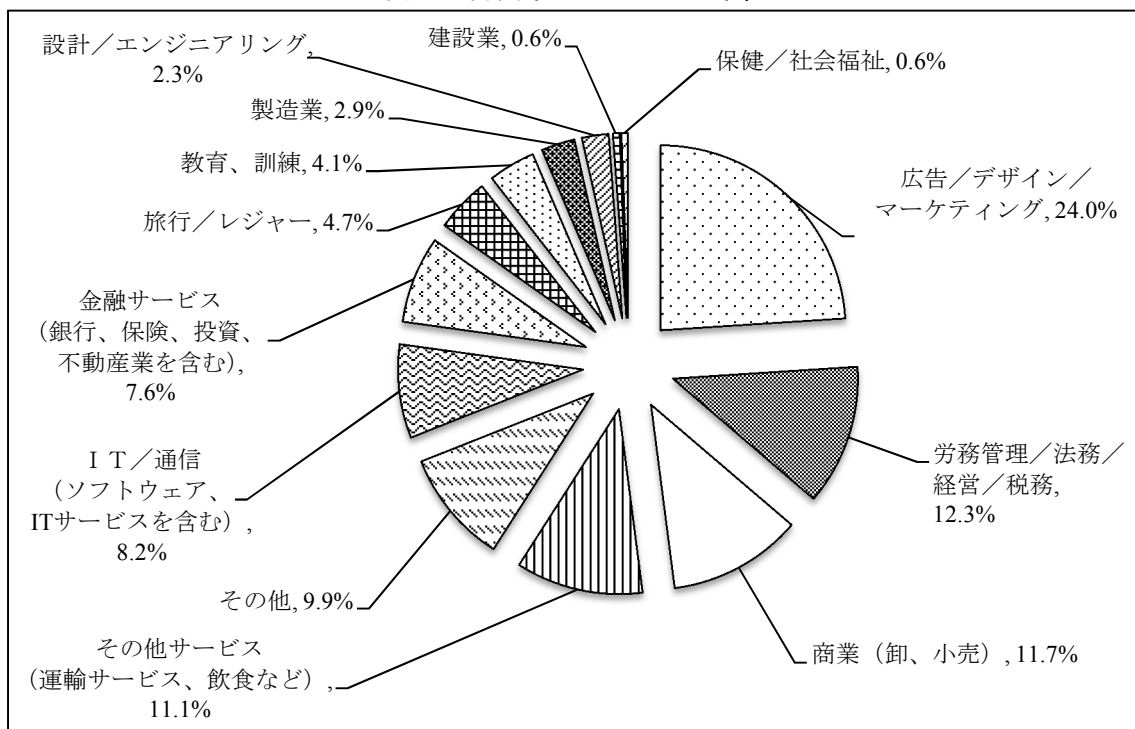
図11 事業開始時期の予定



(出所) 筆者作成。

次に、どのような業種を想定しているのかを問うている(図12)。広告/デザイン/マーケティングが最も多く、次に、労務管理/法務/経営/税務の士業が続く。さらに、商業(卸、小売)、その他サービス(運輸サービス、飲食など)、IT/通信と続く。参考までに、参加国全体では、商業(卸/小売)、広告/デザイン/マーケティング、IT/通信の順になっている。

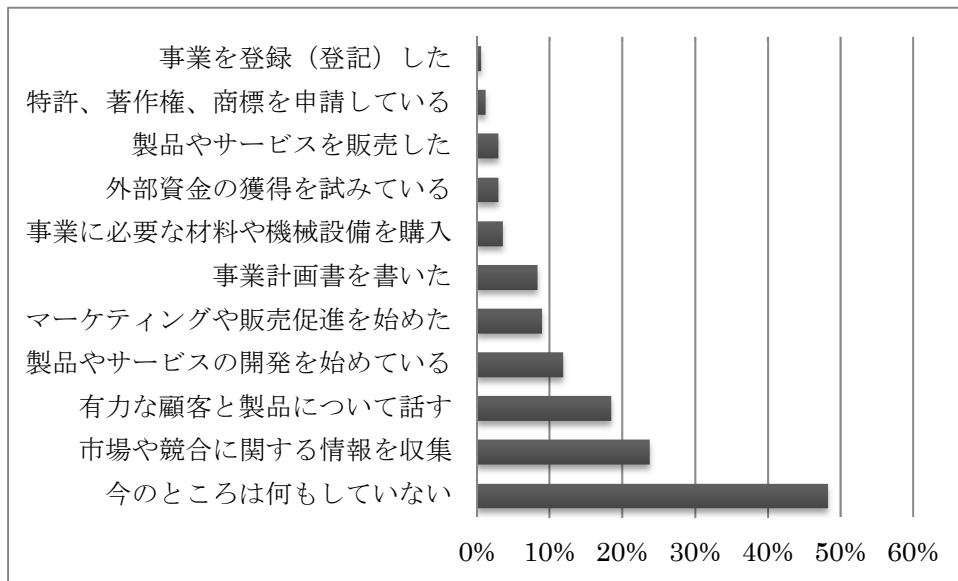
図12 計画中のビジネスの業種



(出所) 筆者作成。

具体的にどのような起業準備をしているのかについては、「何もしていない」が50%弱を占めることは、参加国全体の20%と比べてかなり高い(図13)。起業の予定があると回答しながら、実際は何もしていない状態は、事業開始時期が2年以上先であるという回答にマッチするものであろう。「市場や競合に関する情報を収集」の割合23.8%は、参加国全体における51.3%の半分ほど、「有力な顧客と製品について話す」の割合18.5%も、参加国全体における35.4%の半分ほどである。

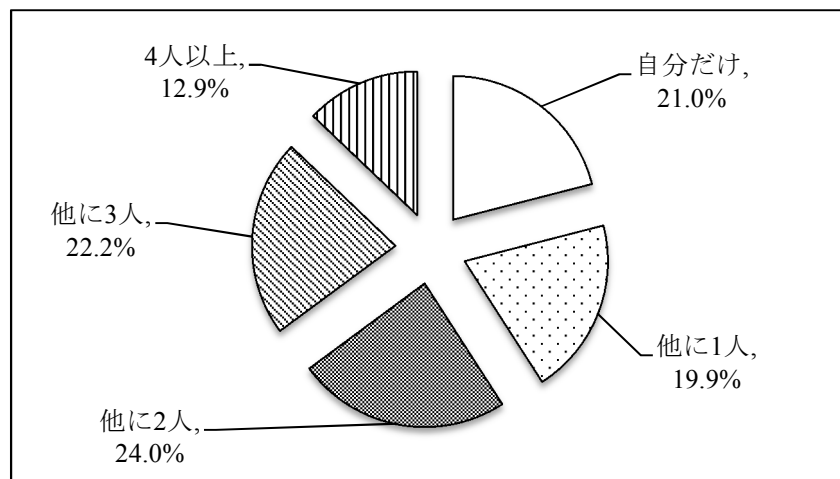
図13 起業準備活動



(出所) 筆者作成。

創業チームのメンバーを何人と想定しているだろうか。図 14 に見られるように、メンバーの人数にはばらつきが見られる。自分だけで創業する割合は 21%であり、参加国全体の 18.6%と比べて差はあまりない。自分だけで創業しようとするのではなく、チームを形成しようとする傾向が見られる。

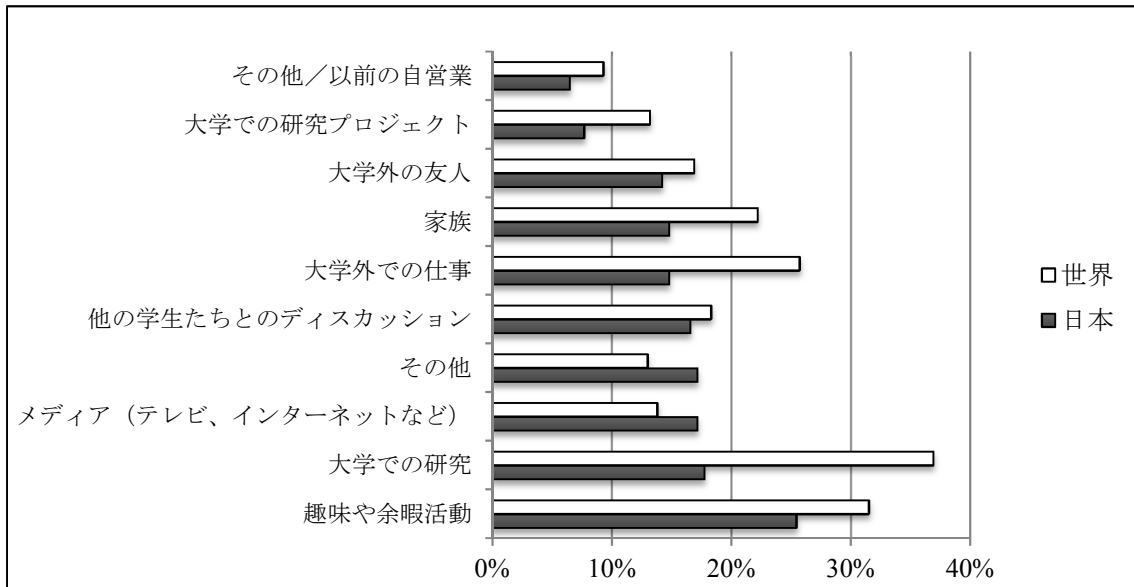
図14 創業者数



(出所) 筆者作成。

ビジネスのアイデアはどこから得たのだろうか。参加国全体と比較してみよう(図 15)。日本の回答者は、全般的にビジネスアイデアの源泉が少ない。唯一、メディアからの取得が、参加国全体よりも多い。参加国全体では、「大学での研究」が飛び抜けて多いが、日本では、そのような傾向はない。これは、日本の回答者に理工系が少ないことが影響していると考えられる。

図15 アイデアの源泉



(出所) 筆者作成。

#### 4. 活動起業家 (Active Entrepreneur)

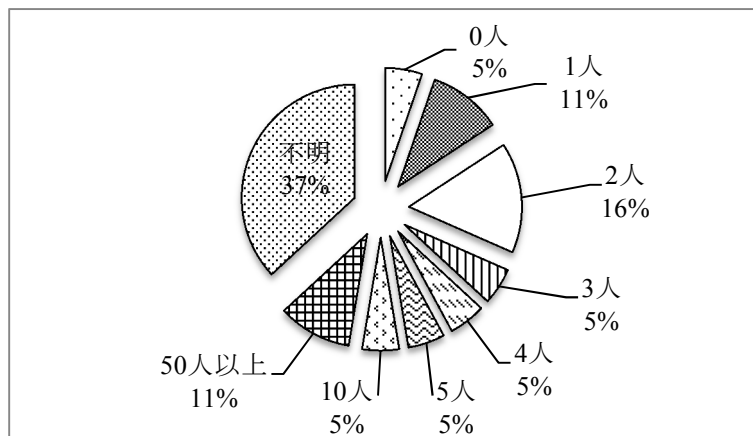
既に起業プロセスに入っている 19 人の概要を確認していく。

##### 4.1 実行中のビジネス

従業員数の規模は様々である (図 16)。50 人以上という回答も 2 人 (11%) あった。

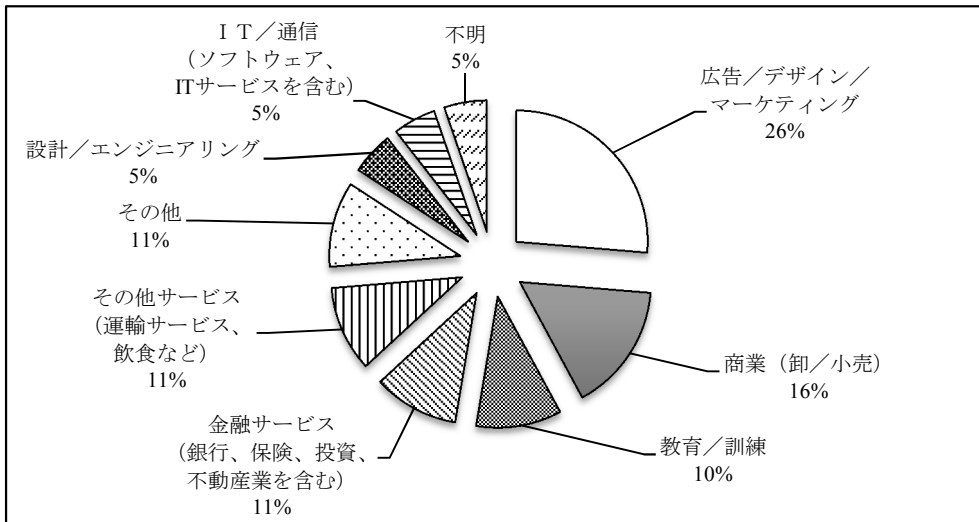
事業領域は、広告/デザイン/マーケティングが最も多く、次いで商業 (卸、小売) である (図 17)。創業者数は、一人が 32% であり、ほとんどが複数で起業していることがわかる (図 18)。満足度を 7 段階で尋ねると、かなりばらつきが見られた (図 19)。

図16 従業員数



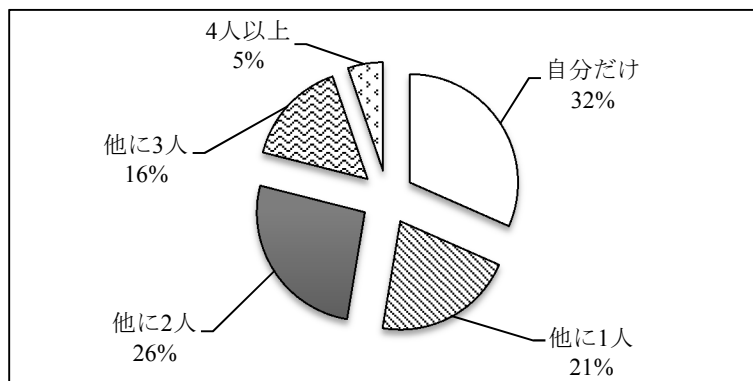
(出所) 筆者作成。

図17 事業領域



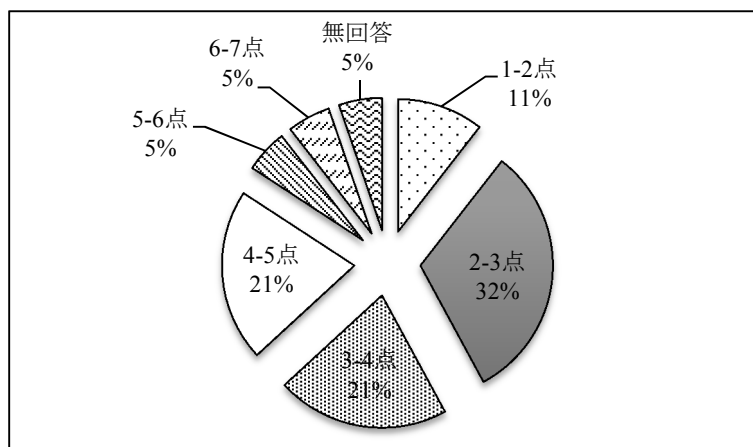
(出所) 筆者作成。

図18 創業者数



(出所) 筆者作成。

図19 満足度



最高が7、最低が1の満足度

(出所) 筆者作成。

## 4.2 起業の動機とパフォーマンス

起業の動機について質問した（表 4）。「自分にとって中核的な価値を実現することができる」「世界を変えるような新たな取り組みができる」という自己実現型の動機が高い数字を示し、続いて「友人や同僚、コミュニティのメンバーなど、自分が強い一体感を抱いている人々の課題を解決することができる」という社会問題解決型の動機が確認できた。次に「ビジネス界でのキャリアを発展させる」「主に金銭的な成功を達成する」という経済的動機が続いた。

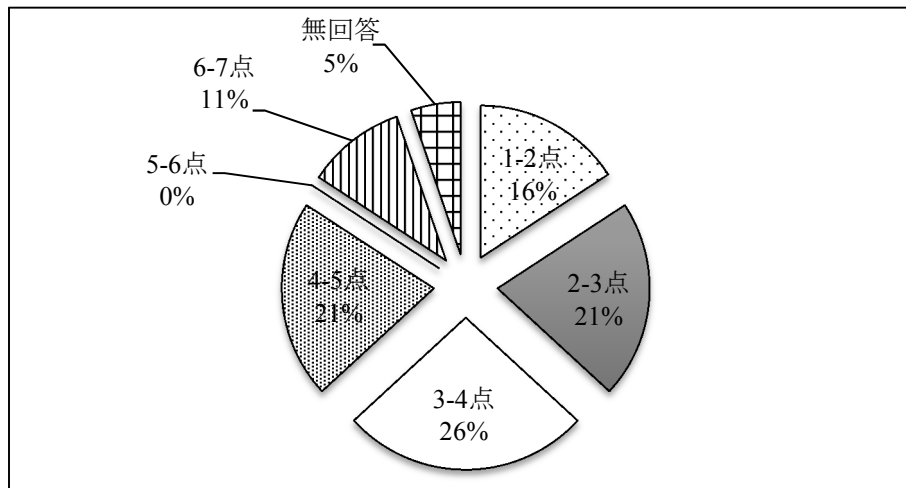
表4 起業の動機

動機項目	平均値	標準偏差
自分にとって中核的な価値を実現することができる	5.00	2.00
世界を変えるような新たな取り組みができる	4.78	2.05
友人や同僚、コミュニティのメンバーなど、自分が強い一体感を抱いている人々の課題を解決することができる	4.53	2.09
ビジネス界でのキャリアを発展させる	4.42	2.04
主に金銭的な成功を達成する	4.21	2.02
社会的不正や環境破壊など通常、営利ビジネスでは対処できない課題を解決することができる	3.89	2.03
自分の能力を、将来の従業員や同僚など他人に示すことができる	3.83	2.09
友人や同僚、コミュニティなど、自分が強い一体感を抱いている集団の動きを先取りして実現する役割を担う	3.68	1.92
お金をもうけて金持ちになる	3.26	1.88

（出所）筆者作成。

企業のパフォーマンスを示す定量的指標である売上高、収益、市場シェア、従業員規模について、他社との相対評価を7段階で行って合計し、その平均値を算出したものが図 20 である。また、様々な定性的指標について7段階で測った平均値を、数値の高い順に並べたものが表 5 である。

図20 パフォーマンス（売上高／収益／市場シェア／従業員規模の他社との相対評価）



（出所）筆者作成。



**表5 定性的パフォーマンス**

パフォーマンス項目	平均値	標準偏差
目標とする顧客の中で強力な社会的認知を獲得する	4.00	1.92
目標とする顧客層との交流の可能性を生み出す	3.95	1.99
目標とする顧客の要求に、率先して対処する	3.95	1.68
目標とする顧客を、他の消費者や集団から際立たせる手助けをする	3.84	1.98
特定の社会的課題について、人々の認知を向上させる	3.72	2.08
規制の変化を引き起こす	3.61	2.00
起業家として、個人の富を築く	3.53	1.84
他社のビジネス慣行を変える	3.50	2.07
目標とする顧客層と情報や知識を共有する	3.42	1.81
社会が抱える特定の問題に対する解決策を開発する	3.33	1.97
他企業のロールモデルになる	3.22	1.99

(出所) 筆者作成。

## 5. 事業継承

両親のどちらかが事業を営んでいるサンプル 275 人を対象に、事業継承の意思を尋ねた。事業継承の意思の変数は、「私は両親の事業を引き継ぐ準備ができている」「私の職業上の目標は両親の事業の後継者になることだ」「もし私に機会と経営資源があれば、私は両親の会社の後継者になりたい」等 11 項目を 7 段階で回答させて集計した。親の事業の業績は、売上高、市場シェア、利益、雇用創出、イノベーションの創出を 7 段階で回答させて集計した。事業継承の意思と親の事業の業績の相関を調べると、1%水準で正の相関が見られた(表 6)。

**表6 事業継承の意思と親事業の業績**

	事業継承の意思	親事業の業績
Pearson の相関係数	1	0.368**
有意確率 (両側)		0.000
度数	275	263

\*\*1%水準で有意  
(出所) 筆者作成。

周囲の反応は、両親、兄弟姉妹、親戚が賛成するか、反対するかをそれぞれ 7 段階で問うて集計した。周囲が賛成すると事業継承の意思が高まる (表 7)。

**表7 事業継承の意思と周囲の反応**

	事業継承の意思	周囲の反応
Pearson の相関係数	1	0.485**
有意確率 (両側)		0.000
度数	275	269

\*\*1%水準で有意  
(出所) 筆者作成。

事業継承の意思の変数が、7段階の中間値4以上と回答したサンプル66人を対象に、もしも継承するのなら、卒業後何年以内に行うかを問うた。5年以上先という回答が最も多かった(表8)。

表8 継承タイミング

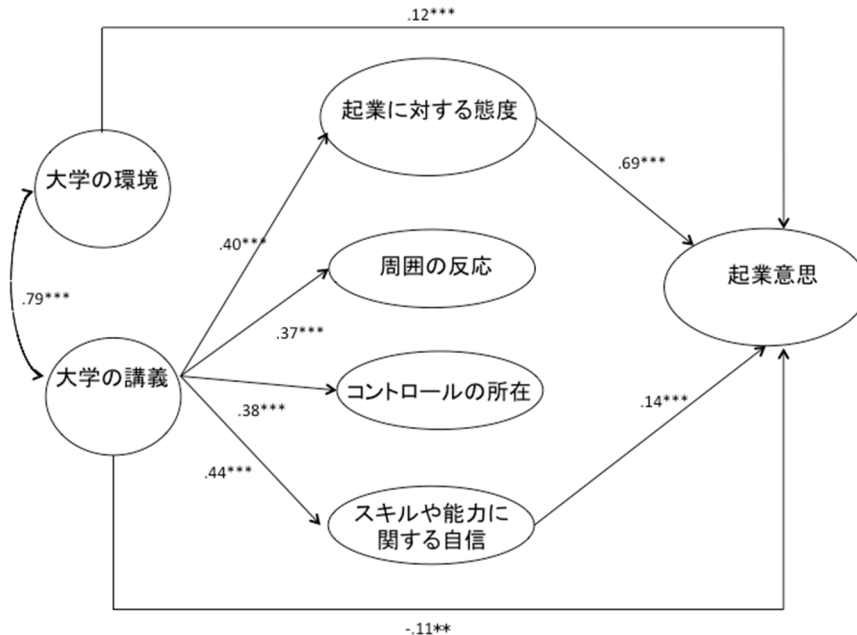
継承タイミング	度数	%
卒業後1年以内	3	4.5
卒業後2-5年	16	24.2
卒業後5年以上	47	71.2
合計	66	100

(出所) 筆者作成。

## 6. 起業意思を高める要因の分析

ここでは、学生の起業の意思を高める要因について、日本のデータについて分析する。起業家教育や起業を促進する大学の雰囲気など、どのような教育や支援が学生の起業活動を活発にするのかを把握することができる。その結果は、今後の日本の各大学での取り組みに生かすことができよう。

図21 起業意思への影響要因モデル (日本)



\* $p < .05$ ; \*\* $p < .01$ ; \*\*\* $p < .001$

$\chi^2(449) = 2755.53$ , NFI = .923, RFI = .910, CFI = .935, RMSEA = .059, AIC = 2977.53,

数値は標準化係数

(出所) 筆者作成。

図21は、一番右にある、「起業意思 (Entrepreneurial Intention)」にどのような要因が影響するかを検証するモデルである。モデルは、theory of planned behavior に基づくものである。

有意でなかったパス、指標変数、誤差変数、および誤差変数間の相関は図から省略しているが、モデルには含まれている。以下、各潜在変数を説明する。

「起業意思 (Entrepreneurial Intention)」は、起業家になる準備はできている、職業上の目標は起業家である、立ち上げて経営していくためなら、どんな努力でも惜しまない、私は将来、会社を興すと決めている、私はかなり真剣に会社を興すことを考えている、私はいつか会社を興したいと強く思っているという 6 つの質問項目から構成される尺度である (Linan & Chen 2009)。

「大学の環境 (University Climate)」は大学の雰囲気は新規事業のアイデア創出を促してくれる、起業家を生む好ましい雰囲気がある、私の大学は学生が起業家的な活動をすることを後押ししてくれるという 3 つの質問項目で構成される (Franke & Lüthje 2004; Geissler & Zanger, 2013)。

「大学の講義 (Leraning)」は、起業家としての姿勢、価値観、モチベーションに関する理解を深めてくれた、ビジネスを始めるために取るべき行動に関する理解を深めてくれた、ビジネスを始めるための実践的スキルを高めてくれた、ネットワークを広げていく能力を高めてくれた、ビジネスチャンスを見出す能力を高めてくれたという 5 つの質問項目で構成される (Souitaris et al. 2007)。

「起業に対する態度 (Attitude)」では、起業家になることは、自分にとってデメリットよりもメリットの方が大きい。起業家というキャリアは魅力的である。機会や資金などのリソースさえあれば、起業家になるだろう、等々の 5 つの質問項目で構成される (Linan & Chen 2009)。

「起業に対する周囲の反応 (Subjective Norm)」は、家族、友人、仲間の学生が、起業に賛成してくれる程度である (Linan & Chen, 2009)。

「コントロールの所在 (Locus of Control)」は、私はいつも自分の利益を守ることができる、私は計画を作るときは、ほぼ実現させるようにする、私は自分の人生に起きることのほとんどを決定することができるという 3 つの質問項目で構成される (Levenson, 1973)。

「スキルや能力に関する自信 (Perceived Competence)」は、新しいビジネスチャンスを見出す、事業の中でイノベーションを管理する、リーダーやまとめ役になる、専門家のネットワークを作る等 7 つの質問項目で構成される (Chen 1998; Forbes 2005; Weber & Schaper, 2004; Zhao et al. 2005)。

では、図 21 の左にある大学の教育や環境を表す 2 つの変数、「大学の環境」と「大学の講義」の 2 つに注目してほしい。「大学の環境」は、直接に「起業意思」に強い正の相関をしている。間接的な効果は見られなかった。一方、「大学の講義」は、「起業に対する態度」と「スキルや能力に対する自信」を経由して「起業意思」に影響している。興味深いのは、「大学の講義」は「周囲の反応」や「コントロールの所在」に正の相関を示すものの、そこから「起業の意思」へのパスが描けないことである。周りの人々が起業に理解を示しても、自分が全てコントロールできると認識できても、それだけでは起業の意思をもたらすには至らないという結果となった。

ところで、「大学の講義」は、「起業意思」に直接的な負の相関が見られた。この解釈は、大学の講義によって、実際に起業するには足りないスキルや能力が明らかになり、起業に対して慎重になったということではないだろうか。

## 7. まとめ

日本の学生のキャリア選好と起業家活動に関する特徴を、世界平均と比較することによって理解すること、大学の環境や起業家教育が起業意思に影響するかどうかを確認することが、この調査の目的である。

日本のサンプル 1,490 人の約 70%が社会科学を専攻する学部生によって占められる。キャリア選択のうち創業者になることを選ぶ者の割合は、卒業直後の起業では 1%に満たないが、5年後の起業では 11.7%を示す。参加国全体の世界平均は、卒業直後が 8.8%、5年後は 38.2%であったため、日本は世界平均の半分に満たないという結果である。大学における起業家教育の履修率は、日本では 49.5%と世界平均と大きな差はないが、必修科目としての履修が低い。卒業 5 年後に起業したい層に注目すると、選択履修した割合は 46.8%であったが、必修科目としての履修は 16.2%であった。世界平均は、それぞれ、45.8%と 44.6%であったことと合わせると、必修科目としての履修が増えると、起業をキャリアの選択肢として考える者は増えるかもしれない。

経営に関する 7 種の個人スキルを自己評価したところ、卒業 5 年後に起業するか、就職するかによって差が見られた。起業を希望する層の方が、就職を希望する層よりもスキルは高くなっている。

起業を準備している起業家予備軍の学生は 12.8% (190 人)、既に起業している活動起業家は 1.3% (19 人) 存在していた。しかし、起業家予備軍の活動については、市場や競合に関する情報を収集する、有力な顧客と製品について話すという回答が 20%前後、事業計画書を書いているという回答は 10%に満たないため、具体的アクションに乏しい。業種は、広告/デザイン/マーケティングがもっとも多く、約 80%が複数で創業チームを形成することを想定している。活動起業家の業種も広告/デザイン/マーケティングがもっとも多く、約 70%が複数で創業している。起業の動機は、経済的動機よりも、自己実現型と社会問題解決型の動機の方が高かった。

親が事業を営んでいるサンプル 275 人への調査では、業績と事業継承の意思は相関が見られた。しかし、事業継承するか、自ら起業するかの選択肢で比べると、業績が悪い場合には、事業継承が自ら起業を上回り、再建して助けたいという意向が見える。業績が中程度では自ら起業が高く、業績が特に高くなると、事業継承と自ら起業が拮抗する結果となった。

起業意思に影響を与える要因を俯瞰するため、共分散構造分析を行った。「大学の環境 (大学の起業家活動に対する支援や雰囲気)」が、起業意思と直接の正の相関があることがわかった。また、「大学の講義」は、「起業に対する態度」と「スキルや能力に対する自信」を経由して「起業意思」に影響している。今後、日本において学生の起業意思を高めるためには、大学が起業家活動を応援する取り組みや土壌が有効であり、起業関連の講義を充実させることも有効になることがわかったが、どのような講義が有効であるのかについては、別途の調査が必要になる。

## 参考文献

- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(1), 1-20.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316.
- Forbes, D.P. (2005). Are some entrepreneurs more overconfident than others? *Journal of Business Venturing*, 20(5), 623-40.
- Franke, N. & Lüthje, C. (2004). Entrepreneurial intentions of business students: A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology*, 1(3), 269-288.
- Geissler, M., and C. Zanger (2013). *Entrepreneurial role models and their impact on the entrepreneurial prefounding process*.
- Levenson H.(1973). Multidimensional locus of control in psychiatric patients. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 41(3): 397-404.
- Linan, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014) *International Report of the GUESSS 2013/2014*, University of St.Gallen.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2016) *Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries. International Report of the GUESSS Project 2016* , St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business venturing*, 22(4), 566-591.
- Weber, P. & M. Schaper (2004). Understanding the grey entrepreneur. *Journal of Enterprising Culture*, 12 (2), 147-165.
- Zhao, H., Seibert, S., & Hills, G.E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272.

田路則子（たじ・のりこ）

法政大学イノベーション・マネジメント研究センター所長  
法政大学経営学部教授

鹿住倫世（かずみ・ともよ）

専修大学商学部教授

新谷 優（にいや・ゆう）

法政大学グローバル教養学部教授

本條晴一郎（ほんじょう・せいいちろう）

静岡大学大学院工学領域事業開発マネジメント系系列准教授