

企業生成・発展の変動要因としての企業家 (Ⅶ)

— 企業家，企業家精神，イノベーター —

川 上 義 明

はじめに

1. 企業家および起業家に関する一般的規定
2. 既存企業内における企業家と新規創業
3. 企業家精神
4. イノベーター
むすび

はじめに

従来から規模の大小を問わず、「利潤獲得を目的とする製品・サービス生産の組織体＝企業」と関わって、また近年では「利潤獲得を目的としない組織体＝公的機関」（NPO などを含む）と関わって、企業家（場合によっては「起業家」という用語がよく使われる。後者と関わっては、「社会企業家」（場合によっては「社会起業家」という用語をみることもあるが、以下本稿では「利潤獲得を目的とする製品・サービス生産の組織体＝企業」に限定して論を進める。

さて、既存の製品やサービスには必ずといってよいだろうが（多少の例外があるとはいえ）、生物と同じように「寿命」がある。しかして、企業はゴーイング・コンサーン（継続的事業体）であろうとすれば、次なる製品やサー

ビスを生み出す必要がある。ドラッカーもマーケティングとともに指摘していたが¹⁾、イノベーション²⁾の重要性は増すことはあっても、減じることはないであろう。

このイノベーションの担い手はシュンペーターにおいては、ひとり「企業家」であった。ところが、企業規模が拡大していくと、この「企業家」が特定しにくくなっている。とくに失敗した場合に大きなリスクの負担をする(するであろう)者——逆から言えば、成功した場合に大きな利益を享受する者——が特定しにくくなっているということである。

今日において、規模が小さい企業の場合は、未だ従来からの「企業家」概念で整理することができるのだが、しかし規模が大きくなっていくとそうはいかなくなる。

そこで前稿でドラッカーを検討した際³⁾、発見したイノベーションを引き起こす「企業家的な人々」を本稿では、「イノベーター」と名づけよう。これらイノベーターは、筆者の造語だが、「イノベーターシップ」に裏打ちされている。

そこで、本稿では、①一般的には(用語的には)企業家がどのように捉えられているのか(「起業家」との違いは何か)、②この企業家と関わって、よく「企業家精神」とあるいは「起業家精神」と訳されるイノベーターシップを正確にどのように理解すればよいのかを検討した上で、新しく③イノベーターを検討してみたい。

1) 川上義明 [2008年b] を参照。

2) 「イノベーション」(innovation) という用語には、①新しく取り入れた考案、基軸、制度、施設といった意味がある。②さらには、革新、刷新、新機軸の採用、改変の手を加えることといった意味もある(小学館『ランダムハウス英和大辞典』を再整理)。

3) 川上義明 [2008年b]。

1. 企業家および起業家に関する一般的規定

前稿⁴⁾まで筆者が検討してきたところでは、企業家については企業家側からの研究アプローチが多くみられた(付図表-1, 付図表-2)。さらにシュンペーター(Joseph A. Schumpeter)は、「新結合の遂行」(=イノベーション)という役割・機能を果たす者が企業家であり、この企業家が経済発展を担うとした(付図表-3)。

これらの研究におけるアプローチは、まさに企業家側からみたそれであった。ところが、企業が大規模化・巨大化してくると、厳然としてイノベーションの重要性は指摘できるのだが、ドラッカー(Peter F. Drucker)の所論を手がかりとしてみたように、それまでこのイノベーションの担い手であるとされた企業家が巨大組織においてはだんだんと後退していく(附図表-4)。

その間の事情を探るべく、まず企業家(entrepreneur, ドイツ語ではUnternehmer)の一般的な語義から探っていくことにしよう。

(1) アントレブレナー=2通りの意味

a. アントレブレナー=「請負人」等の意味

アントレブレナー(entrepreneur)という用語には、「請負人」等および「企業家」(あるいは「起業家」という2通りの意味があるが、まず前者の「請負人」等の意味からみてみよう。

アントレブレナーの語源は、フランス語ではentreprendreであるが、これには「請け負う」という意味がある。したがって、アントレブレナーは「(注文・請負で仕事をする)事業家, 業者, 請負師」や「(注文者に対して)請負

4) 川上義明 [2006年], [2007年 a], [2007年 b], [2008年 a], [2008年 b], [2009年]。

人」を意味する（白水社『仏和大辞典』）。entreprendre とは「取り掛かる」、
「手をつける」、
「…することを企てる」、
「…することをもくろむ」という意味がある。したがって、アントレプレナーとは、①「企画者」「ことを企てる人」「仕掛け人」を意味する（白水社『仏和大辞典』）。

英語では、アントレプレナーは「請負人」(contractor)、「仲介者」、(演劇・音楽会などの)「興業主」「勧進元」を意味する（小学館『ランダムハウス英和大辞典』⁵⁾）。

ドイツ語でも、Unternehmer が「請負人」、
「興業者」を意味することがある（三修社『新現代独和辞典』）。

ここで筆者の発見とはあえて言わないが、筆者が「請負人」等をして指摘したいのは、事業が失敗した場合には、彼らはそのリスクを自ら負うであろうということである。彼らは事業に失敗したら、財産も社会的地位も名誉も失う。彼らは夜逃げをする羽目に陥るかもしれないということである。

b. アントレプレナー＝「企業家」の意味

アントレプレナーがフランス語では経済学の用語として、「企業家」を意味し、petit entrepreneur といえは「小企業主」を意味することがある（白水社『仏和大辞典』）。

英語では、アントレプレナーといえは「イノベーションの担い手として創造性と決断力を持って事業を開始し運営する個人事業家」あるいは「事業家として十分に能力を発揮できる人材」を意味する（小学館『ランダムハウス英和大辞典』）。

ドイツ語でアントレプレナーに当たる用語は、先にみたように Unternehmer であるが、これは「企業家」、
「事業家」を意味する（三修社『新現代独和辞典』）。

5) これとは別に、英語では、undertaker が「引受人」「請負人」「企画者」「起業家」(entrepreneur) を意味する。とはいえ、undertaker は「葬儀屋」も意味するので、企業家の意味では好んでこの用語は用いられないように思う。

図表 1-1 アントレプレナーのカテゴリー(1)

アントレプレナー (ウンターネーマー)	}	請負人, 興業主 企業家
------------------------	---	-----------------

(資料) 筆者作成。

(2) 企業家と起業家

アントレプレナーを「企業家」あるいは「起業家」と呼ぶのは、それは誤語の問題だという者がいるかもしれないが、筆者はそれは誤りだと考える。事情は以下のとおりである。

さて、「利潤獲得を目的とする組織体=企業」と関わって、アントレプレナーを2通りに理解する仕方が可能である。すなわち、もともとは①新規に企業を設立し、事業を企てたり、事業をもくろんだりする者も(シュンペーター的に言えば新規結合を遂行しあるいはイノベーションを創出する者も)、②また、既存の企業内において、事業を企てたり、もくろんだりする者も、区別せずに「企業家」とされてきた。

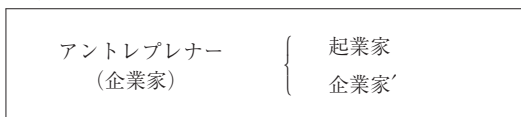
ところが、筆者が思うに、日本においては、それまでは放っておいても増加していた企業数が1980年代末から(旧総務庁「事業所統計調査」によれば、事業所ベースでは1989年の662.2万事業所から2006年には570.3万事業所に)減少に転じ、企業数を増加させること(とくには企業の「出生率」の増加を図ること)が政策課題となった。そこで、「起業」がいろいろな部門で取り上げられた。新規に企業を設立し、事業を企てたり、事業をもくろんだりする者(シュンペーター的に言えば新規結合を遂行しあるいはイノベーションを創出する者)に熱い目線が当てられ、以後「起業家」という用語が好んで用いられるようになっていく。

(3) アントレプレナー＝企業家そして起業家

こうした事情も加味すれば、アントレプレナー（企業家）は下のようなカテゴリーにおいて理解することができるであろう。

ここにおいて、筆者が示したいのは、「新規に企業を設立し、事業を企てたり、もくろんだりする者（シュンペーター的に言えば新規結合を遂行しあるいはイノベーションを創出する者）すなわち「起業家」であった者が、やがてその企業が年齢を重ねていくにつれて、その企業内で「新規に事業を企てたり、事業をもくろんだり」していくならば、その者は「企業家」になるであろう、ということである（尤も、そこまで厳密に議論された例を筆者は知らない）（図表－1－2）。

図表 1-2 アントレプレナー＝企業家そして起業家



注(1) 本図は、アントレプレナー（企業家）が「起業家」（新しく企業を創設し新規事業を創造する者）と「企業家'」（既存企業において新規事業を創造する者）よりなることを示す。

(2) 設立した企業が年齢を重ねていくにつれて「起業家」はやがて「企業家'」になるであろう。

（資料）筆者作成。

(4) アントレプレナー＝起業家そして企業家

こうした、筆者の理解とは逆に「企業家」と「起業家」を理解する論者がいないわけではない。

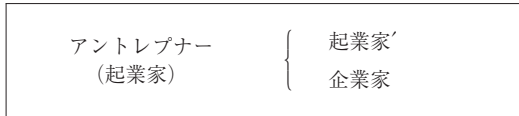
「起業」とは「新しく事業を起こすこと」とある（広辞苑）。これからすれば、「新しく事業を起こす者」が「起業家」ということになるであろう。そして、事業の起こし方としては、①新規に企業を設立し新しく事業を起こすことと、②既存企業内で新しく事業を起こすことが考えられる。

例えば、田坂宏志教授の理解の仕方は以下のとおりである⁶⁾。

つまり、①起業とは広義には新規事業を創造することである。②新しい事業の創造は新規に企業を創設し始めることによって可能となる。③また、既存企業の中でも新しい事業の創造ができる。

この立場に立てば、アントレプレナーを次のように整理することができるであろう。

図表 1-3 アントレプレナーのカテゴリー



注(1) 本図はアントレプレナー(起業家)が「起業家'」(新しく企業を創設し新規事業を創造する者)と「企業家」(既存企業において新規事業を創造する者)からなることを示す。

(2) 上述のごとく、筆者はこの立場はとらない—念のため。

(資料) 筆者作成。

2. 既存企業内における企業家と新規創業

上で既存企業内で新規創業(第二創業, 第三創業…)を行う者が「企業家」であると筆者は規定した。図表 1-2 における「企業家'」であり、図表 1-3 における「企業家」である(なお、筆者の立場は図表 1-2 に示したとおりである)。

以下、「既存企業内で新規創業(第二創業, 第三創業…)を行う者=企業家」について、最近よく論議されるようになっている「第二創業」を材料として検討してみよう。

6) 田坂宏志 [2003 年], 76~77 ページ。

(1) プロダクト・ライフサイクル (PLC) と第二創業

今日では、既存企業内において「第二創業」がよく話題に上る。いま、ある研究者の立論に注目してみよう。

まず確認すべきは、あるいは命題は「企業とは継続的な事業体である」、あるいは「企業とは継続的な事業体でなければならない」ということである。

ところで問題は、企業が生産する製品（サービスを含めて）や企業の事業には寿命があるということである。

例えば、鉢嶺氏は製品ライフサイクル (Product Life Cycle : PLC) 論を採用し、企業の「すべての経済活動には、導入期→成長期→成熟期→衰退期という『ライフサイクル』があるといわれる」とし、これを筆者に言わせれば「法則」として、論を進める⁷⁾。

氏がいう「企業のすべての経済活動」の内容とは、製品やサービスそのものと製品やサービスの生産活動であろう。つまり製品（サービスもここでは含めて）の場合には製品ライフサイクルがあり、事業の場合には仮に事業ライフサイクル (Business Life Cycle : BLC) があるというわけである。

企業が継続的事業体 (going concern) であろうとすれば、製品ないしはサービスや「製品やサービスの生産活動＝事業」には必ず衰退期が訪れるから、新規創業（第一創業）後、新規に製品やサービスを導入すること（事業を新しく起こすこと＝第二創業）を行っていかなければならないということになる。

鉢嶺氏が第二創業についていうところは、筆者の理解を加えれば、「第二創業とは、創業以来、営んできた既存の中核事業が様々な要因により、衰退期を見せるようになり、既存事業の経営資源（保有技術やノウハウ、従業員、取引関係、機械設備、長年の事業活動の中で培われてきた“信用”等）を何

7) 鉢嶺 実 [2005年], 15ページ。

らかの形で生かしながらもあたかも新規事業分野や経営革新などに挑み、企業の存続・発展を図っていくこと」である⁸⁾。

つまり、既存企業内におけるイノベーションである。

これには当然リスクが伴う。しかし新規創業（第一創業）に比べればそのリスクの度合いは小さい。第二創業の場合、既存の経営資源（取引先や従業員、長年培われてきた信用）をある程度活用することができるからであり、また、既存事業が利益を生みだしている場合にはそれを利用できるからである⁹⁾。

(2) 第二創業のタイプ

a. アンゾフの事業（製品）の成長ベクトル

どの経営学の教科書にも出てくるのが、アンゾフ（H. Igor Ansoff）の多角化戦略（論）である。企業が既存の事業とは異なる新たな事業分野へ進出する戦略が多角化戦略である。言い換えれば、企業がいま生産している製品やサービスとは異なる新しい製品やサービスを新しい市場に投入していく戦略が多角化戦略である。

製品（既存製品か新製品か）と市場（既存市場か新市場か）の組み合わせ（マトリクス）によって4つのセルができるが、アンゾフは事業（製品）の成長ベクトルを、①「既存製品・既存市場」のセルを市場浸透（Market penetration）戦略と、②「既存製品・新規市場」のセルを市場開発（Market development）戦略と、③「新規製品・既存市場」のセルを製品開発（Product development）戦略と、そして④「新規製品・新規市場」のセルを多角化（Diversification）戦略とみている¹⁰⁾（図表2-1）。

8) 鉢嶺 実 [2005年], 15 ページ。

9) 鉢嶺 実 [2005年], 16 ページ。

10) Ansoff [1965], pp.109-110.

図表 2-1 事業（製品）の成長ベクトル

		事業（製品）	
		既 存	新 規
市 場	既 存	①市場浸透（Market penetration）戦略	③製品開発（Product development）戦略
	新 規	②市場開発（Market development）戦略	④多角化（Diversification）戦略

（資料）Ansoff [1965], p.109.

b. 第二創業のタイプ

i) 信金中金中央研究所の規程

思えば、「第二創業」も事業（製品）の成長ベクトルの点から捉えることができるであろう。上のアンゾフの理論から推論されることは第二創業においても事業（既存の製品やサービスか新しい製品やサービスか）と市場（既存の市場か新規市場か）の組み合わせによって第二創業のタイプを考えることができないかということである。

実際、信金中金中央研究所では、先行研究を参考に下のような第二創業のベクトルを指摘している。

すなわち、①「新製品・既存市場」のセルを「経営革新型第二創業」と、②「既存製品・新規市場」のセルも「経営革新型第二創業」と、③「新規製品・新規市場」のセルを「企業革新型第二創業」としているのである（図表 2-2）。

図表 2-2 第二創業のタイプ（信金中金中央研究所）

		製 品	
		既 存	新 規
新 規 性 大 ↓	市 場	既存事業	①経営革新型第二創業 （新製品の開発）
	新 規	②経営革新型第二創業 （新市場の開拓）	③企業革新型第二創業 （新製品・新市場の開拓）

（資料）鉢嶺 実 [2005年], 14ページに加筆。

ii) 筆者の規定

筆者が思うにアンゾフを参考に、また信金中金中央研究所の規定から推論されることは、①「新製品・既存市場」のセルを「新製品開発型第二創業」と、②「既存製品・新規市場」のセルを「新市場開発型第二創業」と、③「新製品・新市場」のセルを「新製品・新市場開発型第二創業」と呼ぶのが適当であるということである(図表2-3)。

図表2-3 第二創業のタイプ(筆者)

		製 品	
		既 存	新 規
市 場	既 存	既存事業	①新製品開発型第二創業
	新 規	②新市場開発型第二創業	③新製品・新市場開発型第二創業

(資料) 鉢嶺 実 [2005年], 14ページを参考に筆者作成。

(3) 企業家と第二創業, 第三創業…

「企業は継続的事業体である」ということを命題とし、製品ライフサイクル(PLC)や事業ライフサイクル(BLC)が一定の法則であるとすれば、企業では創業後、一定の時間が経てば第二創業が必然となる。第二創業においてもその事業や製品はやがて成熟期を迎え、衰退期に入り、寿命を終えることになるであろう。

したがって、第三創業が、第四創業…(=イノベーション)が企業においては起きていかなければならない。新規創業(第一創業)に比べれば、相対的に小さいとはいえ、市場経済システムにおいては、第二創業、第三創業、第四創業…には必ずリスクが伴う。このリスクを負い、新規に創業を続けていくものこそ「企業家」なのである。

規模の小さい企業(=中小企業)においてはまさにそのとおりであるのだ

が、ところで筆者がドラッカーの所論を手がかりに確認したことは、規模の大きい企業においては、もはやそのリスクを個人で負うものは後退し、代わって「企業的な人々」によってこのイノベーションが続けられていくということである¹¹⁾。

3. 企業家精神

(1)アントレプレナーシップという用語

ついで、アントレプレナーと関連の深いアントレプレナーシップについて検討を加えてみよう。

アントレプレナーシップ (entrepreneurship) はシュンペーターにおいて議論されることはなかったといってよいであろうし、筆者がかつてみたところでも1950年代以降やっとみられるようになった用語である¹²⁾。

ところで、今日ではアントレプレナーシップは企業家(アントレプレナー)以上によく議論される。ドラッカーの *Innovation and Entrepreneurship*¹³⁾ においては、この用語はまさにキー・ワードになっている。

アントレプレナーシップという用語については、種々の理解の仕方があるので注意が必要である。

さて、「-ship」とは、名詞(まれには形容詞)につけて、①「状態」「性質」、②「…の資格、役職」、③「…の能力、技能」、④「関係」、⑤「…集団、層」、⑥「…の地位、[資格を持った者]」という意味をなす(『小学館ランダムハウス英和辞典』)。

これからすれば(訓詁学的に論を進めるわけではないが、字義の解釈からすれば)、アントレプレナーシップは「①企業家という状態、企業家という

11) 川上義明 [2008年b]。

12) 川上義明 [2006年] を参照。

13) Drucker [1985]。

性質。②企業家という資格，企業家という役職。③企業家の能力，企業家の技能。④企業家との関係。⑤企業家集団，企業家層。⑥企業家の地位，企業家の資格を持った者」ということになるであろう。これとは別に「企業家であること」や「企業家としての活動」という意味もみられる(『ジーニアス英和辞典』)。

(2)アントレプレナーシップ=企業家が持つ精神？

アントレプレナーシップは日本語の辞書に訳語が見当たらないことも多いのだが、「企業家精神」と訳されることがある¹⁴⁾。

しかして、アントレプレナーシップはひとり企業家の「心の動き・状態、たましい、根気、気力、理念、心情、個人的威信、自尊心」といった心理的特質をあらわすかのように理解されることも少なくはない。

このように、「アントレプレナーシップ=企業家の心理的特質」という理解がなされるのには理由がないわけではない。ちなみに、次のように理解されることがある。

井上忠勝教授はかつてある経済学辞典で「企業家精神」を次のようにみた。すなわち、シュンペーターが言った「新結合の遂行」もしくは「イノベーション」には多大の困難が伴うから、それを克服して企業家と称し得る存在となるためには、特別の力量が必要となる。新しい可能性を衆に先んじて洞察する視界の鋭さもさることながら、その可能性を生きたもの、実在的なものにするため、創造と冒険と挑戦そのものに喜びを感じながら、不確実なことを恐れず、抵抗にたじろがず、失敗にくじけず、ひたすらに前進するエネルギーに満ちあふれた精神——すなわち企業家精神——が、その最たるものとして

14) 別に、「企業家的才能」と訳されることもある。なお、ドイツ語では、Unternehmungsgeistが「企業家精神」、「進取の気性」、「冒険心」と訳される(三修社『新現代独和辞典』)。

要求されるのである¹⁵⁾、と。

井上教授は、このように企業家が持つ精神をアントレプレナーシップとするのである。

別の研究者はどうであろうか。例えば、吉森賢教授は「企業家精神」を次のように定義している。

企業家精神とは、(i) 既存企業、とりわけ基幹産業と重要産業における大企業の最高経営者が、(ii) 専門的経営者として、企業の長期的利益と個人的威信、権力、利益を実現するために、(iii) 環境変化を見通し、これに先行して、危険を冒しつつ戦略的革新を決定、実施する能力と意欲、(iv) およびその結果に対して最終的責任をとる勇氣、自己責任、自助努力、自尊心、そして企業経営への献身より成る一連の態度、信条、行動を意味する¹⁶⁾、と。

みられるとおり、この定義においては、既存企業、とりわけ基幹、重要産業における大企業の経営最高責任者＝専門的経営者を企業家と考え、彼らの心理的特質として、とりわけ責任感、自助努力、自力依存の態度が強調されている。

こうして、吉森教授はまず企業家が持つ精神を entrepreneurship とするのである。たしかに、「Geist des Unternehmers」「Unternehmergeist」や「spirit of entrepreneur」「entrepreneurial spirit」¹⁷⁾とした場合にはこの理解でよいであろう。

15) 井上忠勝「企業家精神」、大阪市立大学経済研究所編『経済学辞典』（第3版）、1992年、203ページ。

16) 吉森 賢 [1989年]、15ページ。

17) 別に「企業心」と訳されることもある。ドラッカーも entrepreneurship と entrepreneurial spirit とを区別している — Drucker [1985], p.157. 邦訳書（下）、23～24ページ。

(3)アントレプレナーシップ＝一定の心理的特質を持つ企業家の活動

これとは別に吉森教授は、以下のように「企業家」をみている。すなわち、「企業家の最も重要な役割は企業環境の変化への適応行動である。…企業家は第一に環境変化の最初の兆候を敏感に嗅ぎ取る本能的ともいえる能力と、それが企業に与えるかも知れない影響を的確に判断する洞察力を持たねばならない。次に変化が実際に生じる前に、すなわち先見的、先行的に (proactive) 対応処置を取らねばならない。…この処置は不確定性の高い新市場、新事業分野への進出、新技術の採用あるいは不採算事業からの撤退」¹⁸⁾であると、アントレプレナーシップを企業家の活動を意味するとしている。

かつて企業家に「新結合の遂行」を余儀なくさせる力は何か、企業家をイノベーションへと駆り立てる内的要因(動機)は何か、どのようなインセンティブに基づいて企業家は「新結合の遂行」を推し進めるのかについて、シュンペーターは、経済外的要因¹⁹⁾やその他、幅広い歴史的・社会科学研究に委譲しているようにみえる、というコメントをみることもできる²⁰⁾。

ところで、筆者がみるところシュンペーター自身は次の3点をその要因としている²¹⁾²²⁾。

- ①私的王朝・自己の王朝を築き上げようとする意思あるいは夢
- ②勝利者意思の充足(闘争意欲・成功獲得意欲の満足)
- ③仕事そのものに対する喜び、新規創造の喜び

このように、シュンペーターは企業家の内的、心的要因に着目していたが、ところでこのことをアントレプレナーシップという概念で捉えようとしたと

18) 吉森 賢 [1989年], 17ページ。

19) 政治上の出来事、天変地異、戦争や革命、人口の変化等。なお、「経済内的要因」とは、消費における嗜好の変化、生産要素の変化、商品供給方法の変化等である。

20) Schumpeter [1926], 邦訳書(塩野・中山・東畑訳), 「解説」(中山伊知郎), 531ページ。

21) Schumpeter [1926], SS.138-139. 邦訳書(塩野・中山・東畑訳), 197~198ページ。

22) 川上義明 [2006年], 8ページ。

は思われない。

由井恒彦教授も次のように言っている。すなわち、「企業者 entrepreneur 概念を経済学に導入し、企業者の創造的機能に動的な経済発展の理論的基礎を与えたのはシュンペーター」²³⁾であるが、アントレプレナーシップそれ自体は「企業者主体の機能あるいは活動を意味すると同時に、主体そのものの性能・資質を意味する概念であって、いいかえれば、経済成長に作用する革新的な勢力（イノベティブなフォース）であるとともに、その文化的性質をも示すものである」²⁴⁾と。

由井教授は、「企業者活動は統計的数量的には把握できない人間的な機能・資質である」²⁵⁾ともしている。

土屋喬雄・由井恒彦教授は、ヒルシュマイアー（Johannes Hirschmeir）の *The Origins of Entrepreneurship in Meiji Japan* を『日本における企業者精神の生成』と訳している（文字通り訳せば『明治期日本におけるアントレプレナーシップの始まり』となるであろう）。

このことについて、由井教授は、「邦訳書の表題では、アントレプレナーシップを便宜的に企業者精神とした。これは本書の眼目が、明治期の民間ビジネスにおける企業者の精神の生成過程に焦点がおかれていると思われるからであるが、厳密には適当ではない」²⁶⁾としている。

これとは別に、清成忠雄教授はアントレプレナーシップは「正確には精神をも含めた全体的な企業家活動を意味する」²⁷⁾と言っている。

かくして、筆者もアントレプレナーシップを企業家が持つ精神・心理的特質に限定するのではなく、アントレプレナーシップとは、「企業家が持つ心

23) 由井恒彦 [1965年], 264 ページ。

24) 由井恒彦 [1965年], 264 ページ。

25) 由井恒彦 [1965年], 265 ページ。

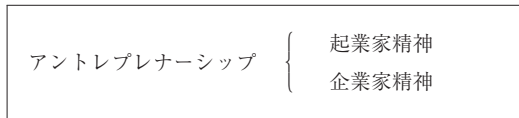
26) 由井恒彦 [1965年], 264 ページ。

27) 清成忠男 [1998年], 「編訳者まえがき」による。

「心理的特質とその活動」と規定することにしよう。

ここに、その必要がある際、アントレプレナーが起業家である場合には彼らが持つ心理的特質とその活動を意味すべく「起業家精神」と、アントレプレナーが企業家である場合には彼らが持つ心理的特質とその活動を意味すべく「企業家精神」として、使いわけをすることも可能となるであろう(補注)。

図表 3-1 アントレプレナーシップ

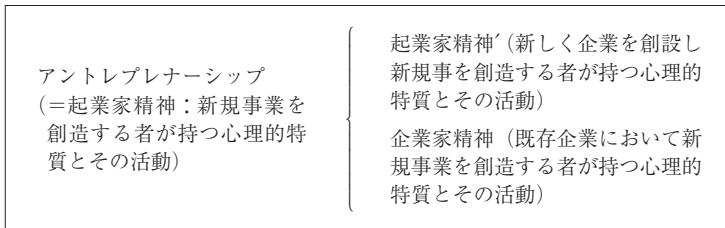


(資料) 筆者作成。

(補注) 筆者の理解とは逆に「企業家精神」と「起業家精神」を形式上整理できないわけではない。

つまり、①「起業家が持つ心理的特質とその活動=起業家精神」をさらに「新しく企業を創設し新規事業を創造する者=起業家'が持つ心理的特質とその活動」=「起業家精神'」と「既存企業において新規事業を創造する者=企業家が持つ心理的特質とその活動」=「企業家精神」といったように整理することができるであろう(図表補3-1)。

図表補 3-1 起業家精神の 카테고리



(注) なお、筆者はこの立場はとらない——念のため。

(資料) 筆者作成。

4. イノベーター

(1) イノベーターの規定

アントレプレナー（既存企業内においては企業家、また新規に企業を設立し新規に事業を起こす場合は起業家）という概念は、むしろ企業規模によって規定されるのではない。だが、先に述べたように、企業規模が大きくなるにしたがって、イノベーションは確かに引き起こされているのだが、もはやだれがアントレプレナーか特定できない状況がもたらされる。

今日において、従来のアプローチは規模の小さい企業においては依然として有効である。だが、規模の大きい企業内では、イノベーションの重要性や所在は確認できたとしても企業家は、もはや従来の概念では捉えきれないであろう。

筆者が考えるに、その間の事情を箇条書的に記すと以下のとおりである。

- ① 産業革命の結果、大企業が出現し、個人がもっぱら自分の個人財産を直接的に運用することから遠ざかっていく。
- ② その一方で、個人財産は持たないが、その運用を、企業にあってはそ
の企業の経営を専門に行う者が出現してくる。専門経営者、雇われ経営
者（hired manager）である。
- ③ この専門経営者はその企業の信用力や組織力をバックに（ベースに）、
経営の多角化をはかるべく、新規事業を行うことがあるだろう。ことに
その研究開発に膨大な資金が必要になると社会は企業におけるイノベ
ーションに依存せざるをえなくなるであろう。
- ④ それまでなかったまったく新しい製品やサービスを開発し生産したり、
まったく新しい業態の事業をその経営者が出現させたりすることがある
だろう。最近ではデジタル・カメラや液晶テレビ、プラズマテレビであ
り、かつて日本ではみられなかったスーパーやコンビニエンスストアで

ある。デジタル・カメラの出現と普及でフィルム形式のカメラは衰退化に向かっているし、旧業態の商店や商店街は衰退を余儀なくされた。

- ⑤ 例えば、I社は、まず新しい小売業態のスーパーを展開し、後にまた新しい小売業態のコンビニチェーンを展開していった。この場合、優れた経営者による意思決定が行われ、イノベーションが図られていったのだが、彼は従来から言われる企業家ではない。
- ⑥ 彼は、一定に使命感を持って、まぎれもなくイノベーションを引き起こした。
- ⑦ だが、その企業の資産、組織力（マンパワー）、信用力をベースにイノベーションを起こしたのである。失敗した場合、彼は個人の財産や地位、名誉を失うことは、ましては夜逃げをすることはないのであろう。ことに、日本企業においてはそうならないように、組織的な意思決定が行われたであろう。言うところの「免責経営」である。

シュンペーターにおいては、イノベーションを担う者は企業家であったが、ところで大きな組織体織内においてイノベーションが引き起こされる場合、それを引き起こしている人々、前稿²⁸⁾で筆者が「企業家的な人々」と呼んだ者は、この際「イノベーター」と呼んでよいであろう。

(2) イノベーターからの視点

ではイノベーションを引き起こす者＝イノベーターからみたら、そのカテゴリーはどうなるであろうか。

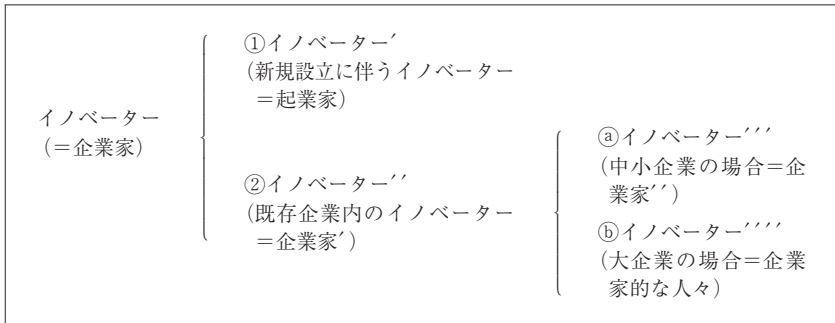
くどくなるが、イノベーションを起こす者は、シュンペーターにおいては企業家であった。ところで、今日の段階ではイノベーションを起こす者は、企業家に限らず、さらに多くの人々である。これらの人々は「イノベ

28) 川上義明 [2008年b]。

ター」(innovator)と呼ぶことができるであろう。たしかに、イノベーターという用語には、革新者、刷新者、創意工夫に富む者、導入者といった意味がある(小学館『ランダムハウス英和大辞典』)。企業家をむろん含めて、組織の大きさを問わずイノベーションを引き起こすものがイノベーターである。また、新規に企業を設立し、イノベーションを起こす者(=起業家)もむろんイノベーターなのである。

しかして、イノベーターを以下のように整理することができるであろう。

図表4-1 イノベーターのカテゴリー



(資料) 筆者作成。

この図表3-1において、「①イノベーター'(新規設立に伴うイノベーター=起業家)」と「②イノベーター''(既存企業内のイノベーター=企業家)」のうち「Ⓐイノベーター''(中小企業の場合=企業家)」と「Ⓑイノベーター''''(大企業の場合=企業家的な人々)」との決定的な違いは、リスク負担の程度である。

「①イノベーター'(新規設立に伴うイノベーター=起業家)」と「②イノベーター''(既存企業内のイノベーター=企業家)」のうち「Ⓐイノベーター''(中小企業の場合=企業家)」は失敗した場合には経済的な損失はもちろんのこと社会的な名誉までも失うであろう。

「②イノベーター′′ (既存企業内のイノベーター=企業家′)」のうち「⑥イノベーター′′′′ (大企業の場合=企業家的な人々)」は経済的な損失が生じた場合それを負担するであろうが、それは限定的なものとなるであろう。社会的に個人財産はむろん社会的地位や名誉まで失うことはそうないであろう。

(3) イノベーターシップ

これらイノベーターが持つ内面的な、能動的・目的意識的な作用を指す用語を作り出す必要がある場合、筆者はそれを「イノベーターシップ」と呼ぼう。

この場合、先のアントレプレナーシップから推論するに、「イノベーションを引き起こす者=イノベーター」はイノベーションを引き起こす動因あるいはイノベーションをドライブする精神作用を持つと同時にその活動も含んだ特質をもっているであろう。この両者を併せて、筆者は「イノベーターシップ」という用語を提唱してみたい。

む す び

今日では、いってみればあらゆる部門でイノベーションがさかに行われている。むろん例外はみられるが、製品にしる工程・装置にしる、サービスにしる、経営管理(マネジメント)にしる、イノベーションが引き起こされた結果、古いものは新規のそれにとって代われ、壊れてあるいは壊されていくであろう。シュンペーターがいった創造的破壊である。

シュンペーターに言わせれば、企業家とはイノベーションを引き起こす者(新規結合を遂行する者)であった。では、その逆にイノベーションを引き起こすありとあらゆる者は企業家なのであるだろうか。「イエス」と解答する者もいるだろうし、「ノー」と解答する者もいるだろう。

ではいずれが正しいか。

それに対する筆者の解答は「両者とも正しい」である。

「イエス」と解答する者は、新規に企業を設立する場合であれ、既存企業内においてであれ、規模の小さい（既存の）企業におけるイノベーションを想定しているであろう。このいずれにあってもイノベーションを引き起こすものすなわち企業家は失敗した場合には自己の財産はむろんのこと社会的地位や名誉まで喪失する者が想定されているであろう。

「ノー」と解答するものは、規模の大きい企業内であって、確かにイノベーションは引き起こされているのだが、もはや失敗した場合には自己の財産はむろんのこと社会的地位や名誉まで喪失する者はいなくなっており、したがってその意味で企業家は想定できないとするであろう。

本稿では、「利潤を目指す製品・サービス生産の組織体＝企業」を中心に考察を進めてきたが、ところで「利潤を目指さないサービス生産の組織体＝公的機関」（政府機関、学校、病院など）、NPOにおいてもイノベーションを引き起こす、「社会企業家」や「社会起業家」が想定され、これらについても議論が展開されるようになっていく。今後検討すべき課題となろう。

（完）

引用・参考文献

1. 和文

- [1] 川上義明 [2006年], 「企業生成・発展の変動要因としての企業家(I) — 序 —」『福岡大学商学論叢』, 第51巻第2・3号, 福岡大学研究推進部。
- [2] 川上義明 [2007年 a], 「企業生成・発展の変動要因としての企業家(II) — 産業革命期とそれ以前の段階の考察 —」『福岡大学商学論叢』, 第52巻第1号, 福岡大学研究推進部。
- [3] 川上義明 [2007年 b], 「企業生成・発展の変動要因としての企業家(III) — 産業革命期以後の段階の考察 —」『福岡大学商学論叢』, 第52巻第2号, 福岡大学研究推進部。
- [4] 川上義明 [2008年 a], 「企業生成・発展の変動要因としての企業家(IV) — 資本主義経済システムの変動要因としての企業家 —」『福岡大学商学論叢』, 第53巻第1号, 福岡大学研究推進部。

- [5] 川上義明 [2008年b], 「企業生成・発展の変動要因としての企業家(V) — ドラッカーの所説の検討(1): 企業家と企業家的な人々 —」『福岡大学商学論叢』, 第53巻第3号, 福岡大学研究推進部。
- [6] 川上義明 [2009年], 「企業生成・発展の変動要因としての企業家(VI) — ドラッカーの所説の検討(2): スモール・ビジネスと企業家 —」『福岡大学商学論叢』, 第54巻第1号, 福岡大学研究推進部。
- [7] 清成忠男 [1998年], 「編訳者まえがき」シュンペーター, J. A. (清成忠男編訳) 『企業家とは何か』, 東洋経済新報社。
- [8] 田坂広志 [2003年], 『これから働き方はどう変わるのか』, ダイアモンド社。
- [9] 鉢嶺 実 [2005年] 「脚光を浴びる『第二創業』— 既存事業の“行き詰まり感”の打開にむけて —」『信金中金月報』, 第4巻第3号, (3月号)。
- [10] 由井常彦 [1965年], 「解説」, ヒルシュマイヤー (土屋・由井訳) 『日本における企業者精神の生成』東洋経済新報社。
- [11] 吉森 賢 [1989年], 『企業家精神衰退の研究 — 欧米の経験 —』, 東洋経済新報社。

2. 欧文

- [1] Ansoff, H. Igor [1965], *Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion*, McGraw-Hill, Inc. 広田寿亮訳『企業戦略論』, 産業能率短期大学出版部, 1977年。
- [2] Drucker, Peter F. [1985], *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, Harper & Row Publisher. 上田惇生訳『新訳 イノベーションと起業家精神 — その原理と方法 —』, ダイアモンド社, 1997年 (旧訳・小林宏治監訳『イノベーションと企業家精神』, ダイアモンド社, 1985年。新々訳・上田惇生訳『イノベーションと企業家精神』, ダイアモンド社, 2007年)。
- [3] Schumpeter, Joseph A. [1926], *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung: Eine Untersuchung über Unternehmerrgewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus* (2. Aufl.), Duncker & Humblot. 塩野谷祐一・中山伊知郎・東畑精一訳『経済発展の理論 — 企業者利潤・資本・信用・利子および景気の回転に関する一研究 —』, 岩波書店, 1980年。
- [4] Schumpeter, Joseph A. [1939], *Business Cycles: A Theoretical, historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process*, Vol.1, Vol.2, McGraw-Hill Book Co. 吉田昇三監修・金融経済研究所訳『景気循環論 — 資本主義過程の理論的・歴史的・統計的分析 —』, (I)・(II)・(III)・(IV)・(V), 有斐閣, 1958年, 1959年, 1960年, 1962年, 1964年。
- [5] Schumpeter, Joseph A. [1943], *Capitalism, Socialism and Democracy*, Routledge, (reprint, 1992). 中山伊知郎・東畑精一訳『資本主義・社会主義・民主主義』(上巻), (中巻), (下巻), 東洋経済新報社, 1962年。
- [6] Schumpeter, Joseph A. [1950], *The March into Socialism, The American Economic Review*, Vol. XL, No.2, May. 中山伊知郎・東畑精一訳『資本主義・社会主義・民主主義』(下巻), 東洋経済新報社, 1962年, 付録所収。

附図表－ 1 企業家の規定，その機能等(1)

	企業家の規定	企業家の機能	企業家が存在する分野
(1)カンティヨン ¹⁾ (1680～1734年)	自分の企業を経営する資本をもって自立しようとする、あるいは少しの資本もなく自分の労働だけによろうと、経済的に不確かな生計の人々。		地主と給与の取得者以外はすべて企業家（借地農、商人、輸送業者、靴屋・仕立屋等の親方職人、製造業者、画家、医者、弁護士、乞食・盗賊も）。
(2)アダム・スミス (1723～90年)	冒険的な事業に私財をあえて投じ、シビアな競争にさらされ、リスクを引き受ける者。	労働者に原料や生活資料を供給し、できた完成品を貨幣、労働またはその他の財貨のいずれかと交換する。職人たちによりよい機械類や用具を与えることや適切な仕事の配分。	製鉄業、鉱山業、大製造業等。
(3)セイ ²⁾ (1767～1832年)	1 国内産業はすべて①研究、②応用、③実行よりなるが、この計算をもって、かつ自己の損益をもって生産・分配する者。	ある任意の製品やサービスを企画・生産する。労働者に給与を支払う。企業家は生産の幸運・不運をなべて天に託して自己の計算にて企業を運営する。	農業者、工業者（鍛冶屋、時計屋、指物師、石工、大工、屋内塗装工）、商人、クリーニング屋等。

1) 重農主義経済学者。企業家研究の源流（最初の一滴）。企業家（entrepreneur）という用語を始めて用いた。

— 産業革命期とそれ以前の段階 —

創業者であるか否か	危険負担 (リスク・テーカーか否か)	所有者(出資者)と 企業家との区別	従業員の指揮の統一 (指揮者か否か)	備 考
創業者であることもないこともある。	失敗した場合、自らリスクを負う。	所有者(出資者)であろうがなかろうが構わない。		
	失敗した場合、自らリスクを負う。	むしろ所有者(出資者)=企業家。	企業家の機能は監督し、指揮する労働。	
	企業家は何らの過失がなくても自己の財産を危険に陥らしめ、またある程度まで自己の名誉までも危殆に瀕することもあり得る。企業家は、自らリスクを負う。	企業家は必ずしも資本家ではない。だが、資本を持つ企業家は当然存在する。企業家が労働者であることもあり得る。	業務遂行上の諸手段を収集し、業務遂行そのものを指揮する。	企業家の資質・条件：企業家とは支払い能力があり、聡明で思慮深く、秩序と誠実さとがあり、自己の所有にはない資本を獲得し、使用することができる地位にある者。道徳的資質も必要である ³⁾ 。

2) 「企業家」を本格的に論じた。ドラッカーは「セイが企業家なる用語を作った」と言った。

(つ づ き)

	企業家の規定	企業家の機能	企業家が存在する分野
(4)J.S.ミル (1806～73年)	企業家とは、①ある企業が資本の全額を借り入れて事業を行う場合には、(ア)危険に報いる部分(＝保険料)と(イ)監督上の労働・手腕に報いる部分(＝監督賃金)を受け取る者、②ある企業が資本を休眠出資者から全額を賄い事業を行う場合には、監督上の労働・手腕に報いる部分(＝監督賃金)を受け取る者。	企業家は、その企業において指揮・監督・経営の機能を果たす。	

(注) undertaker, business undertaker, Unternehmer, 企業家, 企業者, 起業家, 事業家という訳語および用語は本図表ではすべて「企業家」としている。以下, 同じ。

(資料) 川上義明 [2006年], [2007年 a], [2007年 b] をもとに筆者作成。

3) 加えて、企業家は判断力や忍耐力、人と物とに関する知識を必要とする。企業家は、ある生産物の重要(性)とそれに対して世人の有すべき欲望と必要な生産手段を適用に判断することを要し、時として多数の人々を働かせることを要し、原料を買い入れあるいは買い入れさせ、労働者を集め、消費者を求め、整理および節約の才能を持っていることを要する。すなわち一言で言えば、企業家は経営の才能を持っていることを要する。企業家は、生産費と生産物の販売価格とを比較できるといったような計算にたんのうな頭脳を持つことを要する。こうした、多数の作業を行う際生じる多くの障害を排除し、不安に打ち勝ち、多くの不運を挽回(ばんかい)し、多くの便法を企業家は見出さなければならない。

創業者であるか否か	危険負担 (リスク・テーカーか否か)	所有者(出資者)と 企業家との区別	従業員の指揮の統一 (指揮者か否か)	備 考
	<p>①ある企業において、資本の全額を借り入れて事業を行う場合は、企業家は危険を負担する(＝リスク・テーカー)。②ある企業が休眠出資者から全額を賄い企業を営む場合には、監督賃金だけを受け取り、危険は負担しない(＝非リスク・テーカー)。</p>	<p>ある企業において、出資者が全額を出資し、事業を指揮する場合には、出資者が、(ア)危険に報いる部分(＝保険料)と(イ)監督上の労働・手腕に報いる部分(＝監督賃金)を受け取る(資本家＝企業家)。</p>	<p>企業家は従業員の指揮の統一を行う。</p>	

附図表－ 2 企業家の規定，その機能等(2)

	企業家の規定	企業家の機能	企業家が存在する分野
(1) シュモラー (1838～1917年)	企業家とは、技術的機能と取引上の機能（経済的機能）を果たす者。	技術的機能と取引上の機能（経済的機能）。	農業，商業，手工業（親方），工業分野。
(2) メンガー (1840～1921年)	経済計算を自らなし，生産目的によって生産する者。		製鉄業，鉱山業，大製造業。
(3) マーシャル (1842～1924年)	企業家（＝実業家）とは、産業においてリスクを負担し，企業の経営を引き受ける人々。また，企業家とは仕事に必要な資本と労働力を結合させ，一般的な計画を立てあるいはうまく処理する者 ¹⁾ 。	企業家（＝実業家）は仕事に必要な資本と労働力を結合させ，一般的な計画を立てあるいはうまく処理し，細部においては監督もする。また，企業家（＝実業家）は肉体労働者と消費者との間に介在する仲介人とみなせる。	工業（工場制以前の羊毛工業，被服業においても），農業（農場主），商業部門。

1) 加えて，企業家は生産計画を可能な限り経済的に遂行するために監視をする。

— 産業革命期以後の段階 —

創業者であるか否か	危険負担 (リスク・テーカーか否か)	所有者(出資者)と 企業家との区別	従業員の指揮の統一 (指揮者か否か)	備 考
企業を創始するものが企業家。	企業家はその活動に対して自己の名誉と財産とを賭ける。企業家の財産と名誉と将来の運命とは一に事業指揮の当否にある。	企業家=資本家。	企業家は企業を中心にあって指揮者。企業家精神の持ち主こそ企業家。	企業家精神の内容をなす、卓越した精神力、技術的能力、商人的能力が事業の成否を握る。
	企業家は危険負担をするであろうが、しかしそれは本質的ではない。		企業家は、経済情勢に関する情報を集め、生産過程の前提となる経済計算を行い、財がある生産に振り向けられるための意思決定をする。	財の生産において企業家活動は欠かすことができない。
	企業家(実業家)は事業のリスクをあえて冒しあるいは引き受ける。	大工業時代になると資本家的企業家がみられるようになった。	企業家は従業員の指揮の統一を行う。	事業に有能な者(=企業家)はやがてリタイアするが、その企業において有能な者が現れつづけることはない。 一に企業家とその企業の誕生、成長、衰退の要因が求められている。

2) さらに、企業家とは、単なる経営者ではなく、自らリスクを引き受ける有能な者(活力や機略、創意[創造的な天分]、組織力といった特別な才を持った者)である。加えて、企業家はたくましい応変の才を持った人々であり、企業心に富んだ人々である。

(つづき)

	企業家の規定	企業家の機能	企業家が存在する分野
(4)M. ウェーバー (1864～1920年)	企業家とは、前近代資本主義（経済）の担い手、近代資本主義（経済）勃興の担い手、近代資本主義（経済）の担い手である。固定資本をもって、資本計算を行い、運営する者。	企業家は、前近代資本主義（経済）の担い手、近代資本主義（経済）勃興の担い手、近代資本主義（経済）の担い手。	前資本主義（経済）においては、中世の王侯や領主、僧院が企業家の場合もありえた。

(資料) 川上義明 [2007年 b] をもとに筆者作成。

3) 加えて、企業家の資質は堅固な性格、明晰な観察力と実行力、倫理的であることである。企業家は厳格でかつ実直なことおよび行動的な信条を持つことが必要。企業家は「中間階級」に含まれる。

創業者であるか否か	危険負担 (リスク・テーカーか否か)	所有者(出資者)と 企業家との区別	従業員の指揮の統一 (指揮者か否か)	備 考
		<p>企業家は生産手段の所有者，所有経営者。</p>		<p>ウェーバーは、企業家の源流をギリシア時代まで遡る。企業家は、近代資本主義（経済）拡大の原動力である「資本主義の精神」を体現している（もう一方には労働者）³⁾。</p>

附図表－3 企業家の規定、その機能等(3)

企業家の規定	企業家の機能	企業家が存在する分野	創業者であるか否か
<p>企業家とは資本主義経済の内側から「経済の軌道を変更する」＝「経済を発展させる動力」である。企業家とはイノベーションを遂行する個人のことである。企業家とは経済発展を担う者である。企業家とは新結合の遂行を自らの機能とし、その遂行に当たって能動的要素となるような経済主体である。人は、企業家としての機能、新結合の遂行を果たしている限りにおいて企業家である。</p>	<p>経済発展の本質は、「新結合の遂行」(＝イノベーション²⁾)にあり、この点にこそ企業家の真の機能が見出される。</p>	<p>企業家はその機能を果たしている限り、社会主義経済の機関であろうと封建賦役農場の領主であろうと原始的種族の首長であろうと構わない。資本主義経済内にあつては、企業家は、株式会社や個人企業における使用人、例えば取締役や役員等であつても差し支えない。加えて、企業設立の場合に、金融業者や発起人、金融法律顧問、技術者のようにただ新規設立のためにのみ働き、1つの企業との間に持続的な関係がない者であつても差し支えない。これらの者は企業設立時に臨時に企業家である。</p>	<p>競争的資本主義経済の時代には、企業家は企業の創設者や企業の所有者の中に見出された。</p>

(資料) 川上義明 [2008年 a] をもとに筆者作成。

- 1) 企業家に新結合の遂行を余儀なくさせる力は、①私的王朝を築き上げようとする意思あるいは夢である。イノベーションに成功することにより、企業家の自由は大きくなり、それを誇りにすることができる。他者に対しては、より大きな勢力圏や権威を示すことができる。②また闘争意欲の充足ないしは勝利者としての満足感の獲得である。企業家の中にはとくに強くこの本能とでもいい得る意欲がみられる。③新しいものを作り出し、新しい世界を創造することに対する喜びである。人々の中には、日々無事に循環軌道を歩むことに喜びを感じる者もいるが、企業家とはそうした人たちとは反対の極に立つ人である。つねに冒険を好み、危険や困難と戦いながら、未知の世界を切り開いていくことに自らの価値を認めようとする人々である。

— シュンペーター (1883~1950年) —

危険負担 (リスク・テーカー か否か)	所有者(出資者)と 企業家との区別	従業員の 指揮の統一 (指揮者か否か)	イノベー ションの 担い手	備 考
<p>「新結合の遂行」はいずれも実際には失敗する危険にさらされている。したがって、企業家も失敗の際には何らかの危険(リスク)を負担する。</p>	<p>新結合を遂行しようとする者すなわち企業家は、貨幣あるいは貨幣代替物についての信用を資本家に求め、これによって必要な生産手段を購入する。資本家の中に「新結合の遂行」を行う者がいれば、その者は当然企業家である。また、蓄財をし、あるいは相続し、企業家が他の企業家に信用を供与することがあればその企業家は当然資本家である。資本家でもあり、企業家でもある者は存在し得る。</p>	<p>企業家が一度創造された企業を単に循環的に経営していくようになると、企業家としての性格を喪失する。誰でも数十年間の努力を通じてつねに企業家のままでいることは稀である。彼は単なる経営管理者になってしまう。</p>	<p>企業家は「新結合の遂行」、イノベーションの担い手。</p>	<p>シュンペーターは資本や利子、信用、景気循環といった資本主義現象を企業家による「新結合の遂行」(=イノベーション)から説いた。 不断に古いものを破壊して新しいものを創造して、絶えずその内部から経済構造に大変革をもたらす(revolutionize)産業上の(生物学でいうところの)突然変異(industrial mutation)がその中でみられる³⁾。</p>

2) イノベーションとは、経済的要素を新しいやり方で結合すること、新結合を遂行すること。

3) これが、すなわち「創造的破壊」(Creative Destruction)である。この過程こそ資本主義経済の本質的な事実である。これこそが、まさに資本主義経済を形づくるものであり、すべての資本主義企業はこの中で生きていかねばならない。しかも、この「創造的破壊」は絶えず烈風のごとく吹き荒れる。絶えざる「創造的破壊の烈風」である。この「創造的破壊」を主として推し進めるのが企業家である。

附図表－４ 企業家および企業家的な人々の規定，その機能等

	定 義	企業家が存在する分野	「企業家経済」 ¹⁾ の担い手	「企業家社会」 ²⁾ の担い手
企業家	企業家とは、イノベーションを行う者であり、企業に新しいキャパシティを与える人物。中堅企業・小企業はもとより、大企業においてもイノベーションの機会を見出し、組織を革新へと導く法則を手中におさめて、かつ実行できる者。	政府機関，経済界，各種協会，労働界，教育界，医療，刑務所，ボランティア団体，規模の規模の大きい組織の創設者。	企業家は企業家経済の担い手である。	企業家は企業家社会の担い手である。
企業家的な人々 ⁴⁾	企業家的な人々とは、イノベーションを行う者であり、企業に新しいキャパシティを与える人物。主として大企業においてイノベーションの機会を見出し、組織を革新へと導く法則を手中におさめて、かつ実行できる者。	規模の大きい組織の創設者，規模の大きい組織内。	企業家的な人々は企業家経済の担い手である。	企業家的な人々は企業家社会の担い手である。

(資料) 川上義明 [2008年 b]，[2009年] をもとに筆者作成。

- 1) 企業家的経済：多くの部門が企業家ないしは企業家的な人々（両者を合わせてイノベーター）に牽引された経済。イノベーターはアントレプレナーシップの保持者である。したがって、企業家的経済とは新しいものを創造するというアントレプレナーシップに率いられた経済のことである。
- 2) 企業家社会：経済，産業，社会的サービスに柔軟性と自己革新をもたらす，イノベーションとアントレプレナーシップが当たり前のものとして存在し，つねに継続していく社会。あらゆる組織のマネジメントがイノベーションとアントレプレナーシップをもって，正常にして継続的な日々の活動が行われている社会。
- 3) イノベーションとは，より品質，性能のよい，より経済的な商品やサービスを提供すること。顧客の期待を変える製品やサービスを生産するもの（デザイン，製品，マーケティング技術，価格，顧客サービス，経営組織，経営手法等々）。必

— ドラッカー (1909~2005年) —

危険負担 (リスク・テーカーか否か)	所有者(出資者)と 企業家との区別	従業員の 指揮の統一 (指揮者か否か)	イノベー ション ³⁾ の担い手	備 考
イノベーションには リスクが伴い、冒険的 な場合も少なくない。 その責任を引き受ける のが(引き受ける層 が)、企業家である。 行き当たりばったり ではなく、マネジメン トの対象とし、リスク を最小化し、その上で 進んでそのリスクを引 き受けるのが企業家。	企業家は必 ずしも資本家 ではない。	企業家は従 業員の指揮の 統一をする。	企業家 はイノ ベーシ ョンの担 い手である。	マーケティングと イノベーションが 企業家的機能。
イノベーションには リスクが伴い、冒険的 な場合も少なくない。 その責任を引き受ける 層が、企業家的な人々。 ただ失敗した場合、自 らが財産や社会的地位、 名誉まですべて失うこ とは少ないであろう。	企業家的な 人々は必ずし も資本家では ない。	企業家的な 人々が従業員 の指揮の統一 をするどうか は問わない。	企業家 的な人々 はイノ ベーシ ョンの担 い手である。	1人の企業家の段 階から出発して、経 営者・管理者の段階 へと進み、今や次元 は高いが再びもとの アントレプレナー シップ ⁵⁾ が重要な役 割を果たす段階へと 進もうとしている ⁶⁾ 。

要はイノベーションの母である。ドラッカーにおいては、①新しい便宜や②新しい欲求の創出、③旧来の製品に新しい用途を見出すことがイノベーションの内容をなす。

4) ドラッカーが直接規定しているわけではない。筆者(川上)の理解による。

5) アントレプレナーシップとは、「個人であれ、機関であれ、独特の特性である。それは人的特質(trait)ではない。…意思決定を行おうとする者は誰でも学ぶことで企業家であることができるし、企業家として行動することができる。アントレプレナーシップとは、人的特質なのではなく、行動である。

6) このように、螺旋的に時代は移り変わり、規模の大きい企業が出現する段階になって再度アントレプレナーシップが重要性を増す時代になった。

附図表—5 企業家、イノベーターの規定、機能等

用語	定義	機能	存在する分野	創業者であるか否か
企業家	①新規に企業を設立し、事業を企てたり、事業をもくろんだりする者および②既存の企業内において、事業を企てたり、もくろんだりする者 ¹⁾ 。	主として、中小規模の企業におけるイノベーションの創出。	様々な産業部門における利潤獲得を目的とする製品・サービス生産の組織体=企業に一応限定 ²⁾ 。	必ずしも創業者ではない。
イノベーター	イノベーターとは、通常、規模の大きい企業内において、製品・サービス、経営管理に関してイノベーションを起こす、新規事業を興す者。	主として、大規模な企業におけるイノベーションの創出。	様々な産業分野における主として、規模の大きい企業。	通常、創業者ではない。

(資料) 川上義明 [2006年], [2007年 a], [2007年 b], [2008年 a], [2008年 b], [2009年] をもとに筆者作成。

1) 今日では、とくには前者を指して好んで「起業家」という用語を用いる論者も多い。併せて、既存企業内において新しく事業を起こす者(第2創業, 第3創業, …)をも起業家と呼ぶ論者も少なくない。

2) とはいえ、社会的企業や社会企業家を否定するのではない——今後の検討事項である。

— 筆者 —

危険負担 (リスクテーカーか否か)	所有者 (出資者)か 否か	従業員の 指揮の統一	イノベーションの 担い手	備 考
失敗した場合、自ら大きな経済的な損失や社会的地位、名誉までも失う。	必ずしも、所有者（出資者）であることを要しないが、普通、所有者（出資者）。	普通、経営者ないしは経営管理者。	製品やサービスに関するイノベーションや事業そのものに関するイノベーション、経営イノベーションの担い手。	内的・心的要因：シュンペーターに倣えば、①一定の使命感を持って、自分の城を築き上げようとする意思。②成功獲得意欲の満足。③事業、製品・サービス、経営に対する新規創造の喜び。 企業家精神（アントレプレネーアシップ）を持っている。
イノベーションにはリスクが伴い、冒険的な場合も少なくない。失敗した場合、その責任を引き受けるとはいえ、財産や社会的地位、名誉まですべて失うことは少ない。規模の大きい日本企業では「免責経営」がみられることもある。	通常、所有者（出資者）ではない。	通常は、経営者ないしは管理者。イノベーションの大きさ、種類によっては現場作業者の場合もある。	同上。	イノベーターは、イノベーションを引き起こす動因あるいはイノベーションをドライブする精神作用とイノベーターの活動をも含むものとしてのイノベーターシップを持っている。