



企業家語りに潜むビッグ・ストーリー : 方法としての のナラティブ・アプローチ

高橋, 勅徳
松嶋, 登

(Citation)

国民経済雑誌, 200(3):47-69

(Issue Date)

2009-09

(Resource Type)

departmental bulletin paper

(Version)

Version of Record

(JaLCD0I)

<https://doi.org/10.24546/81005221>

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/81005221>



企業家語りに潜むビッグ・ストーリー： 方法としてのナラティブ・アプローチ

高橋 勅 徳
松 嶋 登

企業家によるイノベーションを、我々はいかに捉えうるのだろうか。企業家研究を支えるこの問いは、今もなお深遠な意味を持つ。なぜなら、これまでの企業家研究は、制度の変革者たる企業家を主役として、既存の制度を企業家のイノベーションを阻む敵対者と見なし、そして企業家を助ける支援者を配置するという論理構造に基づいて経済発展を論じるという、シュンペーター由来のビッグ・ストーリーを再演してきたにすぎないのではないか、という指摘がなされているからである。それは、企業家の動機や行動を理解する上で、我々は自らが既に身につけてしまっているストーリーを相対化せねばならないという、厄介な方法論的な問題を含む。本稿では、この問題に対して、ナラティブ・アプローチの方法論的含意を再検討しつつ、具体的な分析事例を示しながら、研究者／企業家による「企業家語り」を通じた反省的対話を通じて、企業家概念をビッグ・ストーリーからすくい出してみたい。

キーワード 企業家、ビッグ・ストーリー、ナラティブ・アプローチ、制度

1 はじめに：企業家研究のビッグ・ストーリー

企業家によって遂行されるイノベーションを、我々はいかに捉えうるのだろうか。この課題に対峙する際、避けて通れない理論的課題が企業家のビッグ・ストーリー問題である。1990年代以前の企業家研究は、「誰が企業家である／ない」という企業家特性 (traits of entrepreneur) の識別が中心的課題であった (e.g., McClelland, 1961; Carland et. al. 1984)。それは、イノベーションの分析視点として企業家という概念の可能性を広く知らしめたという点で一定の貢献が認められるが、企業家個人の特性に焦点化したことで企業家を超越的存在とし、実際に企業家がイノベーションを導く行動を捨象することになった (MacMillan, 1986; Steyaert, 2007a)。そこで1980年代末からは、企業家が既存の制度を変革して、イノベーションを達成する行動それ自体を焦点化する「行動アプローチ (behavioral approach)」が主流になる。また、このとき企業家の行動を捉えるために、インタビュー等の手法を用いて彼らのナラティブに接近するという方法論的転回 (narrative turn) が注目されるようになった

(ex. Gartner, 1989; Hjorth and Steyaert, 2004; 高橋, 2008)。

しかし、企業家のナラティブを通じて、果たして我々は企業家が実際にイノベーションを導く行動を捉えることができたのであろうか。2007年に *Journal of Business Venturing* 誌で特集された「企業家語り (entrepreneurial narrative)」の特集号 (Vol. 22, No. 5) は、企業家のナラティブを通じて彼らの行動に接近してきた研究にも、実はそれ以前の研究と同じ論理構造が潜在していることを指摘するものであった。それは、「変革の遂行者としての企業家」を主役として、既存の制度の管理者を企業家の「変革を阻む敵対者」として登場させ、敵対者を打ち倒すために「企業家を助ける支援者」を事前に準備するという論理構造である。

この論理構造の原型は、Schumpeter (1926) に遡ることができる。彼の研究は、合理的経済人と均衡に対置する概念として、企業家と新結合を提示することで、経済発展現象について一定の説明を試みるものであった。企業家は、既存の制度からは導かれたい特別な動機を持った超越的存在であり、既存の制度において成立している均衡を変更する際の起点となる新結合を生み出す。しかし、企業家は一人でイノベーションを遂行するわけではない。企業家による新結合は、企業家に資本を提供し利潤を得る銀行家からの支援を得ることによって実行可能となる。さらに、最終的に新結合は、管理者によって新たなルーティンとして管理されることによって、はじめて経済発展がもたらされる。ちなみに、このような関係図式の下で説明されるイノベーションは、結局のところ既存の制度の管理者によって取捨選択される。その意味で、シュンペーター・モデルは、あくまで均衡点を上方修正する、資本主義社会における経済発展に過ぎないとも考えよう (塩野谷, 1995)。それでは、たとえ超越的な企業家を用意したとしても、イノベーションは既存の制度に回収されてしまうことになる。制度のレベルをどの水準に捉えるかという問題はともあれ、イノベーションを既存の制度の変更に求めるとすれば、企業家の新結合を既存の基準において取捨選択する管理者は、企業家にとって打ち倒すべき敵にもなる。ここに、企業家/敵対者/支援者が配役されたビッグ・ストーリーが生まれるのである。

もとより経済学では、すでにこのシュンペーター・モデルについてその是非が議論されてきた。シュンペーター以降の経済史においても、歴史的視座から企業家の内実を捉えようとする試みとして企業家史が提起され (Cole, 1959)、経済学においても、超越的な企業家に依拠しない経済発展モデルが検討されてきた (Kirzner, 1973)。しかし、経営学における企業家研究では、シュンペーター・モデルを原型としたビッグ・ストーリーを、いささか無批判に使い続けてきたことを指摘しておかなければならない。

例えば、企業家概念の定義として頻繁に引用される Carland et. al. (1984) は、中小企業の創業経営者を、「日々の利益獲得を目標として経営する経営者」と、「長期的な視座の下で新技術や新サービスの事業化を目指す企業家」に区分けして定義する。しかし、これは合理的

表 1 企業家研究におけるビッグストーリー

研究カテゴリー	代表的研究	主役	敵役	協力者	動員される資源	物語の帰結
経済学的研究	Schumpeter (1926)	特別な動機を有した企業家	管理者	与信機能を果たす銀行家	資金	管理者による経済原理への回取
	Schumpeter (1950)	特別な動機を有した企業家	資本主義(管理者)	資本主義(銀行家)	資金	資本主義の終末と企業家機能の消滅/社会主義体制への移行
企業家の特性論	McClelland (1961)	高達成動機の人々(国民)	カトリック文化	プロテスタント文化	起業家に対する社会的アプレテージュ	国家レベルの経済発展現象
	Barth et al. (1969)	移民企業家	移民先の国民	「民族の神話」で結ばれた同胞	民族集団内部に散在している民族資本	高移民への適応と「民族の神話」の解体/変容
移民企業家研究	Kim and Fernandez (1989)	学歴/言語面において劣位な移民	差別的な労働市場	「民族の神話」で結ばれた同胞	民族集団内部に散在している民族資本	エスニックマーケットの成立
	Burgelman and Sayles (1986)	社内企業家	既存の他事業部	新事業開発部部長	社内に蓄積された(有用な)遊休資源	新事業の成立と全社戦略への統合
社内企業家研究	高橋 (2008)	社内企業家	本業の事業部	新事業開発部部長 社外の協力者	社内に蓄積された(有用な)遊休資源	新しい組織文化の形成
	De Bernardy (1990)	地域内の企業家(中小事業者)	既存の産業構造	地域内の同業者他社	資金・人材・事業機会 経営に関する知識	地域内での新産業の成立
地域集積研究	Shane (2004)	学者企業家	大学当局/既存企業による参入障壁	VC TLO	資金経営に関する知識	技術移転による新産業の成立
	Bollinghoff and Ulhøi (2005)	脆弱な企業家	既存企業	インキュベーション マネジャー	良好なクライアントとしての「既存企業」	既存の産業内での生き残り
産学連携/インキュベーション研究	Aldrich (1995)	企業家	市場からの淘汰圧力	行政・大学・マスコミ(正統性の源泉)	資金・人材	ベンチャー企業への生き残り
	Delmar and Shane (2004)	創業間もない企業家	融資してくれない銀行	ベンチャーキャピタル	株式市場からの資金調達	ベンチャー企業への生き残り
企業家による正統化論	Garud and Rappa (1994)	相対的劣位な企業家 (Neucleus/Melbourneグループ)	相対的優位な企業家 (3M/Houseグループ)	医学界 FDA	FDAからの承認と医師・患者からの認知	相対的劣位の克服と標準化の成功
	Van de ven and Garud (1994)	3M 企業家	人工内耳技術の開発者 (House)	医学界 FDA	FDAからの承認と医師・患者からの認知	Houseの解雇と技術仕様の転換
社会企業家研究	Zilber (2007)	企業家	シリコンバレーのITベンチャー集積	法律家/会計士ベンチャーキャピタル	企業家/会計士・法律家/ベンチャーキャピタリストの相互補完関係	イスラエルにおけるITベンチャー集積の成立と成功(支配的なストーリー)
	Maguire et al. (2004)	ベンチャーキャピタル	ベンチャーキャピタル	法律家/会計士	資金	法律家/会計士が支援した企業家の成功(カウンタター・ストーリー①)
社会企業家研究	Mair and Marti (2006)	HIV キャリアの運動家	既存の患者コミュニティ/製薬会社	株式市場	経営的知識	IPOによるキャピタルゲインの獲得(カウンタター・ストーリー②)
		社会企業家	政府/大企業 市場の失敗/政治の失敗	NPO・行政	政府/企業に独占されていた資源	HIV/AIDS 治療事業の確立 市民中心の社会

経済人とは異なった動機を持つ存在として企業家を捉えようとする、シュンペーター流の定義に他ならない。

企業家概念の定義のみならず、企業家の行動を捉ようとしてきた行動アプローチもまた、その例外ではない。行動アプローチの代表的研究者でもあった Gartner (2007) は、前出の特集号の巻頭論文において、自らが企業家へのインタビューを通じて記述してきたケース・スタディを振り返り、彼自身が企業家と見なした人物をヒロイックに捉え、企業家に関わる人々を敵対者や支援者といった役割を与えてしまい、¹⁾ どうあっても予定調和的なビッグ・ストーリーから逃れ得なかったことを告白している。表1で示しているように、企業家／敵対者／支援者という役割関係に基づいたビッグ・ストーリーは、収集されるデータの種別や手法に関わらず、我々の思考に纏わりついているのである。

実際、経営学における企業家研究は、シュンペーター由来のビッグ・ストーリーを再生産しつつ、企業家と支援者の関係に注目する系譜と、企業家と敵対者の関係に注目する系譜へと細分化していくことになる。まず前者の系譜では、企業家と支援者の相補的關係として企業家の成功とイノベーションの実現が描かれる。例えば、新規事業開発の成功による戦略転換を意図するトップ・マネジメントと、ビジネス・チャンスを見いだした社内企業家の相互依存関係を「プロセス・モデル (process model)」として捉えた社内企業家研究 (Burgelman and Sayles, 1986)、民族という属性の下で、移民集団が互いに資源や事業機会を提供しあう「エスニック・ネットワーク (ethnic network)」を捉えた移民企業家研究 (Barth, 1969)、地理的近接性と地域の文化を基盤に、企業家達が相互に資源を交換しあうことで、地域内イノベーションが実現されるとする「産業の地域集積 (industrial districts)」に関する研究 (De Bernardy, 1999) が展開されている。

こうした研究は、その後、政策的目的の下で企業家を支援する TLO やインキュベーション施設に焦点を当てた、産学連携研究／インキュベーション研究 (Allen and Rahman, 1985; Shane, 2004; Bøllingtoft and Ulhøi, 2005; 宇田・高橋, 2006) へと発展を遂げていく。

他方、後者の系譜においては、既存の制度の敵対者を克服するために協力者を取り込み、資源獲得を実現していくプロセスが焦点化されることになる。例えば企業家による正統化論では、企業家が採りうる資源動員戦略について、理論的には組織生態学と制度派組織論が参照される (Aldrich, 1999)。つまり、企業家は市場における生き残りのために必要な資源を獲得しなければならないが、そのためには必要な資源を有する他者を説得する社会的な正統性を確保しないといけない、とするものである (Aldrich and Wiedenmayer, 1993; Aldrich and Fiol, 1994; 軽部ほか, 2007)。しかし、このとき企業家は社会的な正統性を既存の制度から確保することを前提としていることに注意しなければならない。

なぜなら、企業家に見出された新結合を取捨選択する管理者は、既存の制度を代表する存

在であり、企業家にとっては敵対者にもなる。このことを強調し、非経済的領域での生き残りを捉えようとするのが社会企業家研究である (Mair and Marti, 2006)。この研究では、NPO や公的セクターにおけるイノベーションは市場原理からは生まれえず、その代りに非経済的な動機を有した社会的企業家と、彼らが資本主義社会における障害を乗り越えることを可能にする「社会資本 (social capital)」が必要であることを論じ、更には社会資本を整備する政策論²⁾に帰結する (Pearce, 2003)。もはや言うまでもなく、社会的企業家を論じる議論においても、シュンペーター由来のビッグ・ストーリーが再演されているのである。

2 ビッグ・ストーリーの解体と方法としてのナラティブ・アプローチ

それでは、企業家研究にビッグ・ストーリーが潜在することの、何が問題なのだろうか。

逆に言えば、ビッグ・ストーリーという規範を得ることによって、はじめて我々は、目の前に広がる複雑な現象のなかに企業家を見いだし、その行動を記述することができる³⁾。しかし、企業家／敵対者／支援者という役割関係の下で、予定調和的な成功物語として記述されるそのテキストは、ある種の怪しさを纏ったものになっているのではないだろうか。前節で検討してきた Gartner の告白もまた、長年の調査を通じて丹念に蓄積してきたはずの企業家のナラティブが、彼自身のシュンペーターへの信仰を浮き彫りにし、自らのテキストに根付いたビッグ・ストーリーが醸し出す怪しさを自覚したということでもある。

ビッグ・ストーリーに根ざした記述が怪しさを生むのは、新結合を生み出す超越的な企業家を用意したとしても、管理者による取捨選択を通じてイノベーションは既存の制度に回収されてしまうというシュンペーター・モデルが、いわゆる「埋め込まれたエージェンシー (企業家) のパラドクス (Garud, Hardy and Maguire, 2007)」と呼ばれる理論的問題を招くからだけではない。むしろ、企業家のナラティブに依拠することで、シュンペーター・モデルの問題点を隠蔽し、その結果、ビッグ・ストーリーからはみ出した企業家のナラティブを削ぎ落とし、予定調和の記述を繰り返してきた研究者の信仰告白にも似たテキストに、我々は怪しさを感じるのである。この怪しさに向き合う時、企業家研究に求められるのは、我々はいかに企業家によって遂行されるイノベーションを捉えうるのかという根源的な問いに対して、改めて方法論的な問いを投げかけることである (Steyaert, 2007b)。

Fletcher (2007) は、Gartner (2007) の告白に呼応して、これまでビッグ・ストーリーによって企業家／敵対者／支援者という役割関係に纏められることで、零れ落ちてしまった企業家のナラティブに注目することによって、ストーリーの全体性 (whole story) を回復すべきであると主張する⁴⁾。しかしながら、企業家のナラティブにしっかり注目すれば、ビッグ・ストーリーを克服しようと言うのはややナイーブであろう。なぜなら、ビッグ・ストーリーにとらわれているのは研究者だけとは限らないからである。

つまり、自らの経験を語る企業家もまた、ビッグ・ストーリーの主演を演じている (Baker, 2007)。もとより彼らは、行政当局、銀行、VC、同業他社や顧客に対して、積極的に「企業家」を演じる。こうした演技によって、企業家は資源動員を果たし、自社の事業運営を図ることができるからである。つまり、企業家による企業家語りは、彼らの巧みな正統化戦略なのである (O'Conner, 2004)。そして、我々が企業家のナラティブを収集しようとするときも、企業家はインタビュアー (研究者) というオーディエンスを得ることによって、「企業家」を演じるのである。

換言すれば、企業家のナラティブを収集するときの方法論的困難は、研究者という社会的立場から企業家に対して一方的に「企業家」の役割を押しつけ、彼らの企業家語りを引き出してしまおうというものではない。むしろ、インタビューという場面において研究者 (インタビュアー) と企業家 (インタビュイー) が、ビッグ・ストーリーを再生産する共謀関係が成立していることが、問題なのである。当然ながら、Fletcher (2007) が試みたように、ビッグ・ストーリーの役割関係に刈り込まれたナラティブの残余に寄り添うことで、企業家語りの全体性を把握することもできない。その残余はインタビュイーによる演技の残余であり、研究者がその残余に寄り添いながら素朴に記述した物語もまた、ビッグ・ストーリーの変奏である危険性から逃れ得ないからである。このことに自覚的にならないかぎり、ビッグ・ストーリーは解体できない。

ここで我々に求められるのは、インタビューという手法そのものの再考である。研究者 (インタビュアー) / 企業家 (インタビュイー) との相互行為としてインタビューを捉えれば、インタビューを通じて得られた企業家のナラティブは、研究者にとっての一次データであるのと同時に、それぞれの意図に基づいて相手を自らのストーリーに巻き込んでいこうとする権力的な作用の記録でもある (Gergen, 1994; 保莉, 2004)。研究者が企業家との対話を通じて、企業家を捉える概念図式を再構成するのと同様に、企業家も社会的状況に対する内省のもとでストーリーを紡ぎ出していく (Berglund, 2007)。それゆえ、インタビューとは、研究者と企業家が、それぞれの意図の下でストーリーを紡ぐコントロール権を奪い合う場として臨まねばならない (桜井, 2002)。

この点において、インタビューによって得られた企業家のナラティブを蓄積することで、彼らの行動を捉えることができると考えていた1990年代の研究は、「企業家」として振る舞う人々との対話のコントロール権を失い、さらには彼らの企業家語りに飲み込まれたままビッグ・ストーリーを再生産するという課題を抱えていた。

企業家研究のナラティブ・アプローチに求められるのは、我々自身が自身のビッグ・ストーリーに対する懐疑の下でインタビューの場に臨み、自らも「企業家」を演じようとする人々との対話を注意深くコントロールしつつ、イノベーションが生み出されるプロセスを捉える

ための新たなストーリーを紡ぎ出すことにある。またテキストの記述に際しても、企業家のナラティブに寄り添うものではなく、インタビューという相互行為の場面における研究者自身の内省的対話を織り込んだ、告白体の記述が求められる (Van Maanen, 1988; 松嶋, 2005)。

このとき、注意が必要なのは、告白体のテキストが、研究者／企業家の共謀関係あるいは相互の権力作用からの解放を約束するものではないことである。どのようなテキストも、企業家が研究者を巻き込もうとする企業家語りから逃れ得るものではないし、また研究者も自身のビッグ・ストーリーからも完全に逃れ得えない。そうしたことを承知の上でもなお、我々はインタビューという相互行為の中で、反省的にストーリーを紡ぎだしていくしかない。しかし、そうした自覚を持つことによって、少なくとも我々は自らのテキストが醸し出していた怪しさからは解放されるのではないだろうか。

3 分 析

企業家との対話を通じて、企業家語りのビッグ・ストーリーを回避しつつ新たなストーリーを模索するという行為は、研究者／企業家の双方がビッグ・ストーリーに陥る危険性を回避しながら、新たな物語を構築していく相互行為である。他方で、このような相互行為を経て「企業家語りから逸脱する自己を語る」ということは、自らのビッグ・ストーリーを内破する試みである。それゆえ、我々が企業家のナラティブに寄り添うテキストを記述することは、実はオルタナティブ・ストーリーを模索しているのではなく、新たなビッグ・ストーリーを構想し代替することになる。それゆえ、ナラティブ・アプローチは単に研究者／企業家の相互行為としてナラティブが構築されるだけでは不十分であり、テキストの記述に際しては我々の認識前提、すなわちビッグ・ストーリーを回避し続ける記述が求められる。

そこで本節では、癌治療に携わるエリート医師から転身し、機能的食品を開発・製造するベンチャー企業（株式会社キティー）を立ち上げたK氏との対話について、企業家としての動機とアイデンティティ (3.1)、非線形的な事業転換によるアイデンティティのマネジメント (3.2)、終わらないストーリー (3.3) という三つの視点から、ビッグ・ストーリーの解体を巡るナラティブを描いていく。

3.1 企業家としての動機とアイデンティティ

先行研究において、企業家とは、既存の制度からは生じない特別な動機を持つ存在として想定されてきた。特に、医師という社会的地位を捨て起業したK氏に、我々は既存の医療制度では捉えきれない何か特別な動機を想定してしまう。実際、本稿において取り上げるK氏は、1985年に57歳で起業することを決意するまで、大学病院で医療（内科）と癌の化学療法確立に携わり、抗癌剤の開発で科学技術長官賞を受賞するなど、順調なキャリアを歩むエ

リート医師であった。

それゆえ、我々も一回目のインタビューにおいて「なぜ医師という立場を捨てて起業したのか」という質問を投げかけたが、この質問に対するK氏の反応は、芳しいものではなかった。なぜなら、彼は確かに医師から経営者に転じたが、医療行為そのものを放棄した訳ではないからである。K氏は我々の「なぜ医師という立場を捨てて……」という質問に答えるために語り始めたのは、医師時代の二つの経験であった。

一つ目の経験は、K氏が医師時代に国際協力事業団（JICA）に参加し医療ボランティアとしてインドに赴いた経験である。JICAは全国各地の病院に医療ボランティアの派遣を要請しており、K氏が勤務する慶応大学病院にも毎年、医師派遣の依頼がJICAから届いていた。当時、病院内での治療方針をめぐる人間関係のトラブルに巻き込まれていたK氏は、外の空気を吸う機会としてJICAに医療ボランティアとして参加することにし、1978年から2年間、医療ボランティア・キャラバンの一員としてインド各地で医療活動に従事した。

この医療ボランティアの現場でK氏は、先進国であまりまえに行われている患者の治療を前提とした医療制度が、患者の数が増えると簡単に破綻してしまうという現実に衝撃を受けた。インドでは医療制度が整っていないため、全ての国民が十分な医療サービスを受けない。それゆえ、無料で医療サービスを受けられるJICAの医療ボランティア・キャラバンには、数名の医師に対して連日千人単位の患者が押し掛けていた。この医療ボランティア活動を通じてK氏は、患者の治療を前提とした現代の医療制度に対する漠然とした危機感を抱くようになった。しかし、少なくとも当時の日本とインドとでは、経済的にも社会的にも置かれた状況が全く異なる。そのため、当時のK氏は、漠然とした危機感を抱くに留まり、それが起業というアクションに結びつくわけではなかった。

K氏が続けて語るのが、米国留学時代の経験である。JICAの医療ボランティアからの帰国後、1981年にカリフォルニア大学に留学し、癌の化学療法の研究を再開する。その後、しばらくして客員教授の公募に応募しバージニア大学に移転することになった。その理由は、研究環境においても、生活面においても、客員研究員より客員教授の方が良い待遇を受けられるためであり、特に研究テーマに変化があったからではなかった。このバージニア大学への移転はあくまで偶然のものであったが、このことがK氏にとって後の起業という行動につながることになる。それは、K氏がバージニア大学で先天性糖尿病治療プロジェクトへの参加を求められたことで、当時米国で社会問題となりつつあった生活習慣病と対峙したことである。この生活習慣病は、当時のバージニア大学において中心的に取り組まれていたテーマであり、K氏はそこではじめて生活習慣病という疾病を知ることになった（当時の日本には、まだその名前すらなかった）。生活習慣病は多くの場合、高カロリー化した食生活を病因としている。それゆえ食生活が豊かな先進国ほど、多くの生活習慣病の患者を抱えることにな

る。また生活習慣病は、発症後に短期間で死に至ることはないが、通常の日常生活を送るためには長期間治療を受けなければならない。従って、何らかの予防策を講じない限り、先進国では生活習慣病の患者が累加的に増え、社会保険費を構造的に圧迫する原因となる。K氏は、患者が増えれば現代の医療制度が崩壊することが発展途上国に限らないことを、米国留学中に知ることになった。

このインドと米国の経験を経て、K氏の中に日本でも生活習慣病の患者が増えれば、近い未来にインドや米国のような状況が生じ、医療制度が破綻する可能性があるのではないかという危機感が芽生えた。この危機感のもと、K氏は現代の医療制度の問題点を明確化させ、研究テーマを癌の化学療法から予防医学・栄養学へと移していった。

K氏は米国留学から帰国してから間もない1985年に、医師を辞め株式会社キティーを設立した。それは、インドでの医療ボランティア時代に経験した現代の医療制度に対する漠然とした問題意識が、先天性糖尿病治療プロジェクトへの参加を通じて予防医学や栄養学に対する医療制度（特に保険制度）の不備という形で明確化したためである。治療よりも予防、特に食生活の改善が重要である生活習慣病に対しては、医師という立場では十分な医療行為を実践することができないからだ。K氏にとって起業することも医療の実践であり、社会的立場としての「医師」から離れたが、国民の健康を守るという医師としてのアイデンティティを放棄したわけではない。

それゆえ、既存の医療制度に対して批判的な発言を期待した我々の質問に対して、K氏は患者を治療することも研究室で医療技術を研究開発することも重要な医療行為であり、既存の医療制度は国民の健康を守る仕組みとして必要不可欠であるとした上で、仮に予防医学を専門とする部署が病院内にあれば医師として留まっただろうと穏やかに反論した。

このようなK氏の起業を巡るナラティブから我々が気づかされたのは、先行研究において企業家の動機を正面から捉えてこなかったことである。我々は、企業家にイノベーションの遂行者としての役割を与えていく中で、制度に囚われない超越的動機を設定し、彼らの行動が既存の制度に対して抵抗するものであると決めつけてきたのである。

また、医師から起業に至るK氏のナラティブを捉えていく内に、我々が改めて注目したのが医師時代にK氏が獲得したアイデンティティと、起業後の事業展開が分けがたく結びついていることにある。それは、医師としての自己実現という線形的なストーリーというよりは経営者として様々なアクターと関係を取り結ぶ中で、医療に携わる医師としてのアイデンティティを維持しようとするストーリーである。

3.2 非線形的な事業転換によるアイデンティティのマネジメント

典型的には産学連携研究やインキュベーション研究に見られるように、企業家は技術やア

アイデアといった優位性を有する一方で、経営資源や経営にかんする知識に欠けた存在として位置づけられる。それゆえ企業家は、そのままでは敵対者、すなわち既存の制度の管理者に打ち勝つことができず、彼が有する（典型的には技術的な）優位性を梃子に支援者を獲得し資源を獲得することで、成功へと至るという予定調和のストーリーが成立する。企業家研究における調査とは、この予定調和のストーリーから逆算して、成功に直結する企業家の優位性と支援者、敵対者を確定していくものでもある。それゆえ、企業家が優位性に基づいて提供する事業内容は、支援者や敵対者との関係で多少の再解釈がなされることはあれ、そのまま成功に導かれる。

我々も調査開始時にはそのような観点から、医療技術をいかに健康食品として事業化していったのかについて質問したが、K氏は「健康であり続けたいという絶対ニーズ」に基づいて、米国留学中に獲得したイオン反発技術を用いた製品開発をしてきたと答えた。この時点で、K氏は今でも医療に携わる研究者なのである。しかし、K氏のその言葉を真に受けることはできない。なぜなら、イオン反発技術とその技術を用いて提供するサービスそのものも、事業展開を通じて変容していったことが明らかになっていったからである。

前段でも触れているように、K氏は起業の直前に米国に留学している。K氏は米国留学中に参加した糖尿病治療プロジェクトで研究開発に携わり、国際特許を取得したイオン反発技術をもとに、マイナーコンポーネント（ビタミン類）を食物に添加する製品の開発を事業の青写真として描いていた。これは、動物性タンパク質の過剰摂取が生活習慣病の原因であり、生活習慣病を未然に防ぐためには食肉に欠ける栄養素を補填すればよいと考えたからである。

このイオン反発技術とは、客員教授として赴任したバージニア大学においてK氏が参加した先天性糖尿病治療のための膵臓組織移植技術の開発によって獲得したものである。このプロジェクトでは、インシュリンを生産する膵臓組織 β 細胞の培養にあたって、人体から分離した組織にいかに栄養素を送り届けるのかという技術的問題の克服が使命であった。

膵臓組織 β 細胞を人工培養するためには、組織を構成する細胞に適した培養液の開発に加え、血管の代わりにその培養液を組織全体に送り届けるシステムが必要になる。組織の内部まで栄養素を送り届けるシステムを作り上げない限り、培養された組織は、たとえ見た目は大きく成長したとしてもその中心部は壊死してしまう。K氏が参加した研究チームがまず考えたのは、細い針で膵臓組織に小さな穴を開けて、その穴から栄養素と酸素を注入するという方法である。しかし、この方法は、細胞を傷つけてしまうためうまくいかなかった。そのためにK氏たちは、酵素で組織に穴を開けてみたり、あるいは組織表面の細胞をはがしてみるなど、思いつく限り様々な方法を試した。しかし、どれもうまくいかなかった。どの方法も、培養に必要な栄養素と酸素を組織内部まで送り届ける前に細胞を傷つけていたのである。

細胞を傷つけず、かつ組織の深層部まで栄養素と酸素を送り届ける。この難問に対する突

破口は、プロジェクトに参加していた心臓外科医が指摘した医療実践にあった。心臓外科では心臓発作などによる心停止から患者を救うために、錠剤や注射を用いてニトログリセリンを投与する。しかし、心停止が生じた場合、救急医療の現場では錠剤や注射による投与では手遅れになるケースがある。そのために心臓外科においては、湿布薬のようにニトログリセリンを胸部に貼り付け、外皮からニトログリセリンを吸収させることで心停止から一時的に心臓を回復させる応急処置法が確立されていた。この心臓外科医は、ニトログリセリンが外皮から浸透する仕組みを明らかにすれば、細胞を破壊せずに培養に必要な栄養素を組織の深層部にまで送り届ける仕組みを開発できるのではないかと提案したのである。

このニトログリセリンを外皮から吸収させる医療実践から、K氏が参加していた研究チームが見出したのが「蛋白繊維のイオン反発による拡大、拡張原理（イオン反発技術）」である。これは、蛋白質を構成するアミノ酸分子にマイナスイオン（ COH^- ）とプラスイオン（ NH^+ ）の両極性物質が存在することに注目し、どちらかの極性物質を非活性化することで、同じイオン同士を反発させるという技術である。例えば臓組織を構成するアミノ酸の極性をプラスだけにすると、同じイオン同士が反発し、繊維状になった蛋白質の隙間が開くのである。ニトログリセリンは、この隙間を通して外皮から体内に取り込まれていた。このことから組織に穴を開けて栄養素を送り込むのではなく、細胞間の隙間を広くすることで栄養素を送り届けるという逆転の発想が得られたのである。K氏が参加する研究グループはこのイオン反発技術で、組織の人工培養に関する世界特許を取得することになった。

こうしてK氏は創業前に、イオン反発技術を人体の免疫機能を最大限にまで高められるマイナーコンポーネントを添加する技術として利用することを事業の方向性として描いていた。ところがK氏は、キティーを起業した直後に、自分が米国留学時代に開発に参加したイオン反発技術と同じような技術が、既に食肉業界と水産業界で使用されていることを知った。

K氏がキティーを立ち上げ、イオン反発技術を利用した製品の開発準備を進めていたこの頃、牛肉の輸入自由化が進み、米国産やオーストラリア産の冷凍牛肉が大量に店頭に並びはじめていた。輸入冷凍牛肉は、国産牛肉と比べて安価である。しかし、脂肪分が少なく肉質も硬いため、日本人の趣向にはあわない。そこで日本の食肉業者は輸入牛肉を燐酸塩で揉むことで水分を吸収させ、柔らかく加工して店頭に並べていたのである。彼らは科学的な原理を知っていたわけではなかったが、経験的に蛋白質と燐酸塩の親和性が高いことを知っていたのである。⁵⁾

もちろん、このような食肉業界の輸入牛肉への燐酸加工の慣行と、K氏のイオン反発技術に対する見方は正反対のものである。食肉の燐酸加工は製品になりにくい輸入牛肉を何とか売れるようにする技術である。これに対してK氏は、マイナーコンポーネントの添加によってより健康的な食生活を推進するという目的があった。食肉にマイナーコンポーネントを添

加する製品を開発するという事業アイデアは、まだこの段階では生きていた。

ところが、もう一つの水産業界では、ホタテ貝柱の燐酸処理加工そのものが問題となった。日本のホタテ養殖業界では、貝柱に燐酸処理を施すことで瑞々しさと歯ごたえを増しながら、重量を水増ししグラム単価を上げるという加工が行われてきた。この燐酸処理された日本産ホタテ貝柱は冷凍食品などに加工され欧米に輸出されていたのであるが、1995年に日本がEU圏への輸出禁止措置を受けたことを契機に、カルシウムの吸着阻害という健康被害を引き起こす可能性が、欧米の医学界から指摘されていたのである。

そもそも日本産ホタテ貝柱の輸入禁止の直接的な原因は、フランスに輸出された冷凍ホタテ貝柱からまひ性貝毒が検出されたことであり、その原因は日本の水産加工現場の衛生面の不備であった（その背景に、安価な日本産養殖ホタテ貝柱の輸出に圧され市場シェアを失いつつあった、欧米のホタテ輸出業者の異議申し立てがあったことは、言うまでもない）。当然、当初の論争の焦点は、日本の水産加工業者の衛生管理体制の不備の追求である。しかし、欧米の医学会で燐酸によるカルシウムの吸着阻害の可能性が指摘されると、新たに水産物への燐酸の使用の是非という新たな論点が生じた。当時の日本の水産業界関係者は、欧米が求める衛生基準に應える一方で、燐酸に代わる物質を手に入れる必要に迫られていた。

じつは、K氏のイオン反発技術にも燐酸が含まれた化合物が使われていた。臍臓組織の人工培養という目的からは、燐酸は直接的には全く無害な試薬であったからである。K氏はキティー起業後にはじめて市場に投入した製品が東京工業大学、東京水産大学、日本栽培漁業協会等との共同開発の成果であったため、水産関係者とのつながりを有していた。このつながりから、偶然に、K氏はホタテ貝柱への燐酸使用を巡る事件の顛末を知る。

ちなみに、ホタテ貝柱の輸入禁止措置の事件の後、当時の宮沢内閣は10年の猶予期間の後に食品への燐酸使用を停止する法令を發布している。この10年の猶予期間の間は食品に燐酸を用いることは問題とならないため、キティーが食肉へマイナーコンポーネントを添加するために燐酸を使用することに問題はなかったはずである。ところが、日常的な食事を通じて人々の健康を維持することを目指すK氏にとって、燐酸にカルシウム吸着阻害の可能性があることは決して見逃すことができなかった。

そのため、K氏は燐酸以外にイオン反発を招き、かつカルシウム吸着阻害を引き起こさない物質を天然素材から抽出しようとした。なぜなら、天然素材はもともとさまざまな物質が結合しているためカルシウムを吸着する可能性が少ないからである。K氏は、天然素材の中でも、果物の芯や種の周りや皮の部分にこの条件を満たす物質を求めた。果物の芯や種、皮は加工のプロセスで廃棄物として捨てられるものである。安価に入手できる燐酸に打ち勝つには何よりもコストの問題が大事だったのだ。

このように、K氏は当初、イオン反発技術を食肉にマイナーコンポーネントを添加するた

めの技術と捉えていたが、食肉業界で広く使われている燐酸がカルシウムの吸収阻害という問題をはらんだ技術であったために、より安全な食肉の軟化剤を見出そうとするようになっていった。そこでK氏は燐酸を代替する成分をリンゴの芯に発見し、それを素材として「リングソフト」という製品を開発した。しかし、この天然素材を原料とした食肉の安全な軟化剤であるリングソフトの売り上げは、芳しいものではなかった。なぜなら、たとえ捨てられる素材を利用してコストを削減できたとしても、リングソフトは大規模プラントで化学合成される燐酸と比べてはるかに高価であったからである。法的に燐酸の食品への使用が禁止⁷⁾されていない状況下で、燐酸と比較して高価なリングソフトを売ることは非常に難しかった。

そのため、K氏はリングソフトにコストをかけることなく新たな付加価値をつける必要に迫られた。リングソフトが燐酸と比べて高価であるため、リングソフトを使い食肉にマイナーコンポーネントを添加するという創業当初の事業アイデアは一時棚上げせざる得なくなった。ところが、社内の実験を通じて、K氏はリングソフトを使用することで、食品の味が向上していることに気づいた。例えば、リングソフトを使用した鶏肉の唐揚げは、時間がたっても冷めても揚げた時と同じ柔らかさを保つ。エビにリングソフトを使用すると、ぷりぷりとしたエビ特有の歯触りが良くなる。さらに、リングソフトを使用することで鶏肉もエビも旨みが増していた。これはイオン反発によって蛋白質繊維の隙間が広がるため、通常の調理では引き出すことができない素材全体の旨み成分（細胞内物質）が引き出されていたからであった。K氏はこの効果に目をつけ、リングソフトを安全な食肉の軟化剤ではなく、新しい調味料「ヴィネッタ」として売り出すことにした。

以上のような事業転換は、イオン反発技術の利用目的が食肉の軟化から、素材全体の旨みを引き出すための技術へと変化したことを示している。これは、単にリングソフトの売り方が変化したということだけではない。リングソフトの開発を通じて、K氏はイオン反発技術に対して、食肉にマイナーコンポーネントを添加するための技術から、食材全体から旨みを引き出す技術へと、全く正反対の用途を見出したのである。

イオン反発技術の開発からリングソフトを経てヴィネッタの発売に至るK氏のナラティブは、一見、行き当たりばったりの探索的行為と見える。特に、当初は栄養素（マイナーコンポーネント）を食品に「注入」する技術であるはずだったイオン反発技術が、食材の深層からうまみ成分を「引き出す」技術へと反転して解釈されたストーリーは、一見、K氏が売り上げを優先し医師としてのアイデンティティを放棄しているようにも解釈できる。

しかし、K氏のナラティブを慎重に捉えていくと、ヴィネッタの開発がアイデンティティの放棄という単純なものではないことが解る。K氏がキティーを創業したのは、生活習慣病の予防という命題の下で、栄養学と予防医学に基づく食品開発をこれからの医療行為として位置づけたからである。その点をふまえれば、旨みを食材そのものから引き出す調味料はK

氏のアイデンティティと矛盾しない。調味料とは、食品に旨みを添加する食材である。同時に、アミノ酸を豊富に含む醤油や味噌は製法上塩分を過剰に含み、油の旨みを加えるバターなどの動物性油脂は動脈硬化の原因となる。食材から旨みを引き出すヴィネッタを使用することで、生活習慣病のリスクとなりうる調味料の使用を最小限に押さえることが可能である。また、細胞の深層にある旨みを引き出すのであれば、燐酸処理も同様の効果を得られ、かつ単価の安い製品の開発が可能ならずである。しかしK氏は、化学物質の食品への使用については懐疑的な態度をとり、燐酸の使用を可能性としても口にはしない⁸⁾。

更に注目すべきは、リンゴソフト／ヴィネッタの開発ストーリーにおいて、K氏が支援者を想定していないことである。食肉業者、水産加工業者との出会いから食品の燐酸加工について問題意識を抱き、リンゴソフトを開発する。リンゴソフトが単価の高さゆえに販売不振に陥ると、研究結果から調味料としての可能性を見だしヴィネッタの販売に乗り出す。K氏にとって株式会社キティーの経営は、医師時代に獲得したアイデンティティと技術を基盤にビジネスと対峙する内省的行為である。売り上げを優先し医療行為から外れることを自戒し、医療行為を優先し経営が傾くことを医療行為の不全と見なすというバランス感覚の下で、イオン反発技術はリンゴソフトからヴィネッタへと開発されたのである。

そう考えると、K氏が語る「絶対ニーズ」とは、極めて奥の深いナラティブである。それは、絶対ニーズを満たせば会社は成功するのだと語ることで経営者としての自分を取り巻く関係者を納得させようとする「企業家としての演技」であり、同時に食生活を正し健康を守ることを自分に科せられた使命とする「医師としての決意表明」なのである。

3.3 終わらないストーリー

既に第二節で指摘しているように、企業家研究におけるビッグ・ストーリーとは、企業家／敵対者／支援者の役割関係をア priori に設定した予定調和の（サクセス）ストーリーが、インタビュー（企業家）／インタビュアー（研究者）間の相互コミュニケーション行為を通じて再生産されていくテキストであった。このストーリー上では、ある事業が成功裡に終えることをもって、研究者・企業家双方のコミュニケーションが終わることが期待される。

しかし、K氏がリンゴソフト／ヴィネッタの開発の連続線上で語り始めたのが、キティーのもう一つの主力製品である「カルシエル」の開発ストーリーであった。

K氏がホタテ貝柱の輸出禁止措置からリンゴソフトの開発に至るプロセスで技術を構成する要素として注目したのは、燐酸のカルシウム吸着特性だけではない。燐酸がカルシウムの吸収阻害を生じさせるメカニズムを通じて、イオンの極性を逆に利用してカルシウムを吸着させるための技術を見いだしていた。

燐酸によるカルシウム吸収阻害は、燐酸のマイナスイオンとカルシウムのプラスイオンが

結合してしまい、その強い結合が体内で分解されることがないために引き起こされていた。しかし、このカルシウムがマイナス極に引き寄せられるという現象そのものは、きわめて自然な生体のメカニズムでもある。例えば骨折した箇所とその周辺の筋肉との摩擦によって電位が発生し、カルシウムがその周りに集まり骨折が治癒してゆくメカニズムを人体は持っている。これはピエゾ電位と呼ばれる原理であり、より身近には静電気として知られるごく単純な原理であった。

ピエゾ電位は原理的には静電気と同じであるため、何かしらの物質を摺り合わせることで発生させることができる。水溶させたカルシウムを吸着させるためには、油のように水と反発する物質を核にして擦り合わせればよい。このとき、核となる素材としてK氏はDHA（魚油）を選んだ。1990年代初頭、医学会では、魚油に含まれる高度不飽和脂肪酸の一つであるDHAの効能に注目が集まっていた。DHAは抗血栓作用、血中脂質低下作用、血圧低下作用を有し、動脈硬化や血栓の予防に効果があるという研究結果が発表され、また世間一般の認知度も高まりつつあった。⁹⁾

魚油を原料とするDHAは魚くさく酸化しやすく、DHAはそのままの形で服用すると胃酸に晒され変性してしまう。そのため、一般的にDHAは錠剤として製品化されている。ところが、錠剤は一度に摂取する量が過剰になりがちで、かつ長期的に摂取するのが難しいという欠点を有する。むしろ、日常的な食事にDHAを添加することで、毎日適量を摂取する方がより効果的なのである。そこでK氏は、DHAを核とし、そのまわりにイオン吸着を利用してカルシウムを吸着させることで、独特の魚臭を消し、かつ酸化を防止しようとするアイデアを見出したのである。このように開発された製品が同社のもう一つの主力製品「カルシエル」である。これは原理的には単純であるが、技術的にはこれまで誰も試みたことのないものであり、K氏は「カルシウム殻化技術」として世界特許を取得することになった。

ところが、カルシエルをいよいよ売り出そうとする段において、核となるDHAのマイナーコンポーネントとしての効能をうたうことができないという問題が生じた。当時の厚生労働省が「栄養機能性食品」（マイナーコンポーネント）として認定していたリストの中に、DHAが存在しなかったからである。これでは、DHAの効能を前面に押し出して、カルシエルを売り出すことができない。もちろん、DHAを製品として売ることそれ自体は禁止されてはいない。しかし、その効能を製品に表記できず、一般的な健康食品の中にカルシエルを埋もれさせてしまうことは、食と医学とのつながりに徹底的にこだわるK氏にとって甘受できない問題なのであった。

この厚生労働省の栄養機能性食品の認定プロセスには、日本の医学会の意見と研究成果が反映される。このことはもともと大学病院の医師であったK氏もよく知るところであった。そして、DHAを核にしてカルシウム吸着させるという発想は、当時の医学会にはなかった。

そのため、K氏は、キティーが開発した技術に対して医学界での認知と評価を得るため、大学医学部をはじめとしてさまざまな講演活動や学会発表を積極的に行うことにした。

しかし、医師たちは既にビジネスマンとなったK氏が開発したカルシウム殻化技術を新しい医学的発見としては認めようとしなかった。これは多くの医師たちが、自分たちこそが知識生産の担い手であると考えていたからである。もちろん、全ての研究者がキティーの新技术を認めなかったわけではない。大学発のベンチャーにより関心の深い農学部や生物学部からの講演依頼は医学部よりも多く寄せられており、研究者（医師）から企業家に転身したK氏の活動に熱い視線が注がれていた。

また、医学部にあっても、食品と遺伝子レベルの変化について研究を進める研究者にとっては、キティーの技術は格好の実験材料でもあった。K氏は講演活動を通じて知己を得た大学病院の医師の申し出から、DNAレベルでの効果測定を目的とした共同研究プロジェクトを立ち上げることにした。医学界は、有力大学ごとに形成される学閥間の、微妙なパワーバランスの上に成り立っている。それゆえ医学界においても、カルシウム殻化技術に対してさまざまな利用価値が見いだされる可能性が残されている。当然、30年以上医学界で研究活動を続けてきたK氏は、医学界の内実をよく知っていた。だからこそ、大学発のベンチャーとして熱い注目を注いでくれる農学部ではなく、あえて評価が割れている医学部との共同研究を行うことにしたのである。

さらに、こうした活動に関係のないところから、キティーに追い風となる出来事が生じた。2001年6月、WHOがDHAの臨床実験のために、同社が開発したカルシエルを利用したいと協力を要請してきたのである。WHOは当時、スコットランドのある地域に注目していた。その地域は、肉食に偏った食生活をしているために、高脂血症や動脈硬化、高血圧の発症率がとりわけ高い。WHOはその改善のため、動物性脂肪の摂取を減少させると同時に、DHAを含んだ魚油の摂取が必要であると考えていた。それまでも、WHOはさまざまな試みをしてきたが（DHAの液体を直接飲ませたり、DHAを混入した食物を与えていた）、この地域の人々は魚臭に対して過剰な拒否反応を示しており、どれもうまくいかなかった。ところが、キティーの開発したカルシエルは、強烈的な魚臭を放つDHAを核としていながら、無味無臭であるため、どのような食品に添加しても味に大きな影響がない。世界特許を取得したカルシウム殻化技術を知ったWHOは、K氏に協力依頼をもちかけたのである。

このWHOが実施した臨床実験から、カルシエルによるDHAの摂取が、高血圧や動脈硬化に対して医薬品を与えるような高い効能があることが、具体的な数値のもとで示された。この実験結果は、WHOによって日本の厚生労働省にも通達された。この実験が直接的な要因となったかは不明であるが、日本の厚生労働省もDHAを栄養機能性食品に含めるという方向に傾き、2002年度にはDHAをそのリストに加えることが、正式に決定されたのである。

WHO との共同実験の経験を通じて、K氏はカルシエルのように海外での実績を上げることが、国内での社会的認知を高めるもう一つのリソースであると考えようになった。特に、厚生労働省がDHAを栄養機能性食品のリストに加えることを検討し始めた途端にカルシエルの注文が舞い込むようになったことから、このことは厚生労働省に対してだけではなく、日本人に共通した特性ではないかと、K氏は考えるようになったのである。そこで、まず政府から民間人に至るまで、マイナーコンポーネントに対する理解が深い欧米で自社製品の評価を確立することを、当面の経営戦略として考えられた。

ところが実際に海外へカルシエルを販売しようとする時、K氏はさらなる制約に直面する。欧米諸国では、魚から抽出したDHAを食用として利用することを認めておらず、食用のDHAは海藻から抽出したものに限定されていたのである。しかも海藻からDHAを抽出する技術は、米国の企業が世界特許を取得しており、国内で生産している企業が存在しない。キティーは魚から抽出するDHAを食品へ使用する許可（規制緩和）を求める申請を行ったが、いち早くカルシエルを輸出するには原料となるDHAを米国から輸入せねばならない。しかし、それでは関税等の膨大なコストがかかってしまう。

そこでK氏が目をつけたのが、FTZ（Free Trade Zone）である。FTZにカルシエル生産の新工場を設立し、その工場から海外に輸出すれば、原材料である海藻産DHAを米国から輸入しても関税がかからずより安価に製品を生産できる。FTZは全国各地に設定されているが、K氏はカルシエルの生産拠点として沖縄県を選択した。これは、医学界においても世界的にも長寿で知られる沖縄県のブランドイメージを、海外での製品販売に活用することを念頭に置いている。このような現在の事業展開は、すべてカルシエルに対する社会的な認知を得る戦略であった。

しかし、K氏の語りはまだ結論に収束しない。世界有数の長寿社会というブランドイメージを期待していた沖縄県の実態を知ってしまったからである。沖縄県の平均寿命の高さは確かに世界屈指であるが、県民の食生活と健康状態については必ずしもほめられたモノではない。特に、米国統治下を経験している50代から下の世代の食生活は、伝統的な沖縄料理から離れ、本土以上に米国化している¹⁰⁾。それゆえ、50代以下の生活習慣病が社会問題となっており、数十年後には長寿県ではなくなるとされている。K氏は医療に携わる経営者として、このような沖縄県の現状を見逃すことができなかった。インタビュー当時はカルシエルを利用した滞在型治療施設を沖縄に設置する構想を語り、単に製造工場として沖縄県を利用するのではなく2004年には沖縄研究所を設置するなど沖縄県民の健康改善を事業展開上の課題として認識している。

更には、カルシエルの販売実績が海外と比して国内で劣る理由を、K氏は我が国の一般市民の食と健康の関係に対する認識の低さにあると考えた。例えばDHAに対する一般的な認

識は、「頭が良くなる」という通説がまかり通っており、市販される製品では適正量が摂取されているとは言えない。WHO との共同臨床実験の経験から一般市民の認識を変えると共に、カルシエルの普及を図る必要を感じていた。

このときK氏は神奈川県川崎市のベンチャー企業に対する助成金を受け本社を移転しつつあり、市の担当者から食と健康をテーマに活動する市民活動団体の存在を耳にしていた。特に本社の移転先である神奈川県川崎市幸区は、全国でもっとも市民運動の盛んな地域である。しかしこれらの市民運動はNPOとして組織化されておらず、活動も小規模なままで留まっていた。ところが、その中にキティーの事業構想に興味を持ちそうな人々がおり、K氏はキティーを出資者の一人としたNPO「生活習慣病をなくそう会」を2005年に設立したのである。K氏は市民団体の活動をネットワークすることを通じて、草の根的に機能性食品の効用を巡る啓蒙活動を行うと同時に、カルシエルを初めとした同社製品の普及を目論んでいる。

予定調和のビッグ・ストーリーを前提としてインタビューを試みた我々にとって、沖縄新工場の設立から滞在型治療施設構想や研究所設立、神奈川県への本社移転に伴うNPO設立は、カルシエルを巡る物語がどこにも収束せず、むしろ拡散し新たな物語へと繋がり続けるように思えた。実際、先行研究に基づくのであれば、WHO との共同実験を経てDHAの効用が厚生労働省に認められ、カルシエルを機能性食品として販売が可能になった時点でケースの記述を終えることが、企業家研究としては「正しい」テキストのあり方だろう。

他方で、K氏にとって沖縄県の健康問題や神奈川県の子民運動は、キティーの将来の展望を語る現在進行形のストーリーとして組み入れられ、我々に提起されたものである。このようなナラティブは、経済的成功を予め終着点として位置づける、イノベーションと企業家を巡る我々の理論的枠組みに再考を迫るものなのである。

4 考察と展望

第一節で指摘したとおり、経営学における企業家研究に潜在するビッグ・ストーリーは、Schumpeter (1926) を原型としながらも、イノベーションが既存の制度（シュンペーターにおいては資本主義）へ回収されてしまうというシュンペーター・モデルに対して、既存の制度の管理者を敵対者として配役するものであった。積極的に捉えれば、これは経営学における企業家研究のオリジナリティでもある。

もっとも、シュンペーター自身もまた、企業家による資本主義社会の経済発展が永続すると考えていたわけではない。むしろ彼は、企業家による新結合が既存の制度に回収されることに対して自覚的であり、Schumpeter (1950) においては、経済発展の末には大企業によって管理される資本主義の終末を見出していた。その上で彼は、成熟を迎えた資本主義社会は、今度は政治家によって打倒され、社会主義という新たな社会の成立を迎えるであろうこ

とを予言するものであった。ここにきて、シュンペーター・モデルは、企業家研究のビッグ・ストーリーとも理論的にも合致することになるのである。

本稿では最後に、ナラティブ・アプローチを通じて解体されたビッグ・ストーリーの果てに新たに作られたストーリーから、企業家研究に対する今後の展望を考察しておきたい。

まず、これまで超越的に捉えられてきた企業家の動機に対して、K氏との対話を通じて我々が焦点化したのが、「3.1 企業家としての動機とアイデンティティ」である。K氏は医師としてキャリアを積む中で、国民の健康を守ることを自分自身のアイデンティティとしてきた。しかし、その医師としてのアイデンティティは、インドでの医療ボランティアと米国での生活習慣病との対峙という二つの経験を経て、既存の医療制度に対する懐疑を生み、起業への動機の発露へと収束していく。

本稿におけるこのようなアイデンティティへの注目は、ビッグ・ストーリーに基づいて展開されてきた、線形的な事業化プロセスや、成功／失敗へと至るストーリーを解体し、オルタナティブ・ストーリーを提示していくことになる。「3.2 非線形的な事業転換によるアイデンティティのマネジメント」において見られる、食肉へのビタミン類の添加から安全な肉の軟化剤「リンゴソフト」の開発を経て、細胞そのものから旨み成分を引き出す調味料「ヴェネッタ」の販売に至るK氏の語りは、ビッグ・ストーリーの下では非論理的な語りとして、「イオン反発技術を基盤に、人体に無害な食肉の軟化剤を開発し、食の安全と健康を目指す支援者を得て成功に至るストーリー」として矯正されることになるだろう。「アイデンティティのマネジメント」という視座を得ることによって、この一見非連続的な事業転換のプロセスは、水産業者や食肉業者、外食業者などと関係を取り結び事業を展開していく中で、医療の実践を求めるK氏のアイデンティティを充足させるための行為として了解可能な記述となる。

しかし、このように描かれるアイデンティティ充足のストーリーは、必ずしもK氏の成功として帰結するわけではない（それでは、新たなビッグ・ストーリーを生み出しているに過ぎない）。そこで「3.3 終わらないストーリー」では、K氏がカルシウルの事業化を進めていくうちに、沖縄県や神奈川県との関係で新たな事業を次々と想起し、その実現を図る様相に我々は着目している。つまり、企業家がイノベーションを遂行するために新たに取り結ぶ他者との関係は、必要な資源の動員を実現するだけでなく、次なるイノベーションへの動機の源泉となり、企業家を連鎖的なイノベーションへと駆り立てるのである。

最後に、このようなK氏の「終わらないストーリー」が、彼を取り巻く関係構造に基づいて、われわれ（研究者）との対話の内に紡がれたストーリーであることに、再度、注意を促しておきたい。K氏による沖縄県での研究施設開発から神奈川県でのNPO設立に至る語りは、眼前の研究者を自身が構想する事業のリソースとして巻き込むべく、紡がれた側面を有

する。つまり、インタビューという方法自体が、K氏を「終わらないストーリー」に導いているのである。同様に、我々自身も、企業家とのインタビューをビッグ・ストーリーに帰着させることなく、イノベーションを捉える新たなストーリーを紡ぐ相互行為として実践していかねばならないのである。

注

- 1) Gartner は1989年に ““Who is an entrepreneur?” Is the wrong question” と題する論文を発表するなど、企業家研究に潜在するビッグ・ストーリーをいち早く問題視した研究者である。
- 2) 企業家の資金調達に着目するファイナンス (venture finance) にかんする諸研究は、企業家への効果的な金融施策へと帰結する点で、企業家のための社会的インフラを論じる社会資本論の一分野と捉え返すこともできるだろう。
- 3) Steyaert (2007b) は、ビッグ・ストーリーの成立によって企業家が焦点化され、起業という現象が肯定的に評価され研究の蓄積が進み、各種施策の実現に繋がったことを評価する。他方で彼は、先行研究において企業家を主役に据えたビッグ・ストーリーが繰り返し変奏される中で、ビッグ・ストーリーからこぼれ落ちる様々な営為が捨象されてきたことを問題として提起した。
- 4) 実際に Fletcher (2007) では、Gartner より提供されたケーススタディ “Toy Story” のインタビューデータから、彼が記述し得なかった企業家の配偶者や出資者である銀行マンの家族、敵対者である競合店舗を加えることによって、“Toy Story” の全体性を描こうとした。
- 5) 食肉業者・水産加工業者が燐酸を用いるようになった経緯については、明らかではない。
- 6) キティーは1987年に、高級観賞魚用の飼料「赤虫 De バック」を開発し、市場に投入した。この製品の開発は、水産試験場からの共同研究の申し入れを受け、創業初期の資金獲得策として行ったものであり、生活習慣病予防というK氏の当初の目的とは異なる製品開発であった。そのため、われわれが調査に赴いた際にもほとんど説明されることはなく、水産業とのつながりを追求した際に、はじめて語られることになった。
- 7) リンゴソフトの価格は燐酸の10倍前後である。ところが、幸いにしてこのリンゴソフトには、セブンイレブン・ジャパンが大口顧客としてついた。それはコンビニ業界の中でも食品のクオリティの高さを競合他社との差別化戦略として採用しているセブンイレブンが、米国で規制されている燐酸の代替物としてリンゴソフトに目をつけたからであった。つまり、たまたまセブンイレブン・ジャパンの方が、K氏と同じような問題意識を持っていたのであった。
- 8) その他にも、天然素材を原料にするがゆえに単価の高くなるキティーの製品の新たな販売先に関するディスカッションにおいて、筆者の内の一人がボディービルダー向けのプロテインに利用することを提案したが、ボディービルを「過剰に栄養を摂取し筋肉を増やす」不自然で不健康なスポーツとして、プロテインへの技術援用を拒否している。
- 9) 当時は、群馬大学医学部、北海道大学水産学部がDHAの効能を報告していた。
- 10) 例えば、高塩分・高コレステロールのスパム（豚肉の缶詰）が精肉代わりに使用され、日常的に食されている。更には、県民一人当たりのフライドチキンの消費量は、沖縄県が全国一位である。祝い事や贈答品にフライドチキンが送られ、料理に用いられるなど、ファーストフードが日常的に根付いている。

参 考 文 献

- Aldrich, H. E. (1999) *Organizations Evolving*, Sage Publications.
- Aldrich, H. E. and Fiol, C. M. (1994) "Fools rush in?: The institutional context of industry creation," *Academy of Management Review*, Vol. 19, No. 4, pp. 645-670.
- Aldrich, H. E. and Wiedenmayer, G. (1993) "From traits to rates: An ecological perspective on organizational foundings," in Katz, J. A. and Brockhaus, R. H. (eds.) *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, JAI Press, Vol. 1, pp. 145-195.
- Allen, D. N. and Rahman, S. (1985) "Small business incubators: A positive environment for entrepreneurship," *Journal of Small Business Management*, Vol. 23, No. 3, pp. 12-22.
- Baker, T. (2007) "Resources in play: Bricolage in the toy store(y)," *Journal of Business Venturing*, Vol. 22, No. 5, pp. 694-711.
- Barth, F. (1969) "Introduction," in Barth, F. (ed.) *Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Culture Difference*, Universiteteti Bergen, pp. 9-38.
- Berglund, H. (2007) "Researching entrepreneurship as lived experience," in Neergaard, H. and Ulhøi, J. P. (eds.) *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*, Edward Elgar Publishing, pp. 75-93.
- Bøllingtoft, A. and Ulhøi, J. P. (2005) "The networked business incubator: Leveraging entrepreneurial agency?," *Journal of Business Venturing*, Vol. 20, No. 2, pp. 265-290.
- Burgelman, R. A. and Sayles, L. R. (1986) *Inside Corporate Innovation: Strategy, Structure and Managerial Skills*, Free Press.
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R. and Carland, J. A. C. (1984) "Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization," *Academy of Management Review*, Vol. 9, No. 2, pp. 354-359.
- Cole, A. H. (1959) *Business Enterprise in its Social Setting*, Harvard University Press (中川敬一郎訳 (1965) 『経営と社会：企業者史学序説』ダイヤモンド社).
- De Bernardy, M. (1990) "Reactive and proactive local territory: Co-operation and community in Grenoble," *Regional Studies*, Vol. 33, No. 4, pp. 343-352.
- Delmar, F. and Shane, S. (2004) "Legitimizing first: Organizing activities and the survival of new ventures," *Journal of Business venturing*, Vol. 19, No. 3, pp. 385-410.
- Fletcher, D. (2007) "Toy story': The narrative world of entrepreneurship and the creation of interpretive communities," *Journal of Business Venturing*, Vol. 22, No. 5, pp. 649-672.
- Gartner, W. B. (1989) "'Who is an entrepreneur?' Is the wrong question," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 13, No. 4, pp. 47-68.
- Gartner, W. B. (2007) "Entrepreneurial narrative and a science of the imagination," *Journal of Business Venturing*, Vol. 22, No. 5, pp. 613-627.
- Garud, R., Hardy, C. and Maguire, S. (2007) "Institutional entrepreneurship as embedded agency: An introduction to the special issue," *Organization Studies*, Vol. 28, No. 7, pp. 957-969.
- Garud, R. and Rappa, M. A. (1994) "A socio - cognitive model of technology evolution: The case of cochlear implants," *Organization Science*, Vol. 5, No. 3, pp. 344-362.

- Gergen, K. J. (1994) *Realities and Relationships: Soundings in Social Construction*, Harvard University Press (永田素彦・深尾誠訳 (2004) 『社会構成主義の理論と実践：関係性が現実をつくる』ナカニシヤ出版).
- Hjorth, D. and Steyaert, C. (2004) *Narrative and Discursive Approaches in Entrepreneurship: A Second Movements in Entrepreneurship Book*, Edward Elgar Publishing.
- Kim, K. C., Hurh, W. M. and Fernandez, M. (1989) "Intra-group differences in business participation: Three Asian immigrant groups," *International Migration Review*, Vol. 23, No. 1, pp. 73-95.
- Kirzner, I. M. (1973) *Competition and Entrepreneurship*, University of Chicago Press.
- MacMillan, I. C. (1986) "To really learn about entrepreneurship: Let's study habitual entrepreneurs," *Journal of Business Venturing*, Vol. 1, No. 3, pp. 241-243.
- Maguire, S., Hardy, C. and Lawrence, T. B. (2004) "Institutional entrepreneurship in emergence fields: HIV/AIDS treatment advocacy in Canada," *Academy of Management Journal*, Vol. 47, No. 3, pp. 657-679.
- Mair, J. and Marti, I. (2006) "Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight," *Journal of World Business*, Vol. 41, No. 1, pp. 36-44.
- McClelland, D. C. (1961) *The Achieving Society*, Van Nostrand Company (林保監訳 (1971) 『達成動機：企業と経済発展におよぼす影響』産業能率短期大学出版部).
- O'Connor, E. S. (2004) "Storytelling to be real: Narrative, legitimacy building and venturing," in Hjorth, D. and Steyaert, C. (eds.) *Narrative and Discursive Approaches in Entrepreneurship: A Second Movements in Entrepreneurship Book*, Edward Elgar Publishing, pp. 105-124.
- Pearce, J. (2003) *Social Enterprise in Anytown*, Calouste Gulbenkian Foundation.
- Schumpeter, J. A. (1926) *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung: eine Untersuchung über Unternehmengewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus*, 2nd revised ed., Duncker and Humblot (塩野谷祐一・中山伊知郎・東畑精一訳 (1980) 『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』岩波文庫).
- Schumpeter, J. A. (1950) *Capitalism, Socialism, and Democracy*, 2nd edition, Harper (中山伊知郎・東畑精一訳 (1995) 『資本主義・社会主義・民主主義』東洋経済新報社).
- Shane, S. (2004) *Academic Entrepreneurship: University Spinoff and Wealth Creation*, Edward Elgar Publishing (金井一頼・渡辺孝監訳 (2005) 『大学発ベンチャー：新事業創出と発展のプロセス』中央経済社).
- Steyaert, C. (2007a) "Of course that is not whole (toy) story: Entrepreneurship and the cat's cradle," *Journal of Business Venturing*, Vol. 22, No. 5, pp. 733-751.
- Steyaert, C. (2007b) "Entrepreneurship as a conceptual attractor?: A review of process theories in 20 years of entrepreneurship studies," *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 19, No. 6, pp. 453-477.
- Van de Ven, A. H. and Garud, R. (1994) "The coevolution of technical and institutional events in the development of an innovation," in Baum, J. A. C. and Singh, J. V. (eds.) *Evolutionary Dynamics of Organizations*, Oxford University Press, pp. 425-443.
- Van Maanen, J. (1988) *Tales of the Field: On Writing Ethnography*, University of Chicago Press. (森川

- 渉訳 (1999) 『フィールドワークの物語：エスノグラフィーの文章作法』現代書館).
- Weber, M. (1934) *Die Protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*, J. C. B. Mohr. (大塚久夫訳 (1989) 『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』岩波文庫).
- Zilber, T. B. (2007) "Stories and the discursive dynamics of institutional entrepreneurship: The case of Israeli high-tech after the bubble," *Organization Studies*, Vol. 28, No. 7, pp. 1035-1054.
- 宇田忠司・高橋勅徳 (2006) 「インキュベーション施設を捉える論理：メビック扇町における施設管理者と入居者の相互関係」『企業家研究』第3号, pp.28-44.
- 軽部大・武石彰・青島矢一 (2007) 「資源動員の正当化プロセスとしてのイノベーション：その予備的考察」『IIR ワーキングペーパー』WP # 07-05.
- 桜井厚 (2002) 『インタビューの社会学：ライフストーリーの聞き方』せりか書房.
- 塩野谷祐一 (1995) 『シュンペーター的思考：総合的社会科学の構想』東洋経済新報社.
- 高橋勅徳 (2008) 『企業家の社会的構成：起業を介した組織／集団の再生産と起業家精神』滋賀大学研究叢書.
- 保莉実 (2004) 『ラディカル／オーラル／ヒストリー：オーストラリア先住民アボリジニの歴史実践』お茶の水書房.
- 松嶋登 (2005) 「経営現象のオントロジカル・ケリマンダリング：意図せざる結果分析の構成主義的展開にむけて」『経営と制度』第2号, pp.23-34.