

研究対象としての中小企業

——「大」との差異か、その異質性か——

関 智 宏

- I はじめに
- II 中小企業はどういう企業か
- III 「大」との差異をとらえる
 - III-1. D'Amboise と Muldowney による中小企業の経営理論
 - III-2. Torrès と Julien による「特異性」および Curran の反論
 - III-3. Runyan と Covin による SBO (スモール・ビジネス・オリエンテーション)
- IV 中小企業の異質性をとらえる
 - IV-1. 存在の多様なかたち
 - IV-2. 成長の多様な志向性
- V 中小企業研究と経営研究への理論的貢献
- VI 小結—「中小企業らしさ」の追求—

I はじめに

本研究は、おもに経営研究の領域における国際ジャーナルに掲載された論文の知見をとりあげながら、研究対象として中小企業 (SME: Small and Medium sized Enterprise¹) をとりあげるさいに、研究上加味しなければならない点を明確にすることを目的としている。すなわち、われわれは、なぜ中小企業を研究対象とするのか、あるいは、なぜ研究対象とする企業を中小企業と呼ぶのか、という疑問に対して、何らかの回答を与えようとするものである。

中小企業という用語は、一般的に多くの人々に認知されていると考えるのは、筆者だけではないであろう。中小企業という企業は、企業の諸形態のなかで規模別の区分の1つの形態である。すなわち、中小という用語は、大と比べて相対的に規模が小さいということである。このため、すべての企業から中小企業とされる企業を抽出するということは、その中小企業が同時に大企業と比べて相対的に規模が小さいということになるのは自明であろう。しかし、それではなぜ中小企業をわざわざ一般企業から区別しなければならぬのであろうか。

いわゆる中小企業は、学術コミュニティにおけるホットな 이슈の1つであり、多くの研究者が研究成果を発表してきた。しかしながら、中小企業研究と言われる学術コ

1 一般的には複数形として Enterprises となるために、SMEs となる。

コミュニティ²に一般的には属していない研究者が、研究対象として中小企業をとりあげるさいに、なぜその企業を中小企業とするのかについて、言及されていないことが少なくない。一般の企業ではなく、あえて中小企業とするからには、それをなぜ中小企業とするのかについて、少なくとも何らかの説明が必要であると考え。なおここを含めて本研究のいくつかの箇所では「中小企業」と表記しているが、国際ジャーナルにおいては、必ずしも SME と英語で表記しない場合がある。その代わりに、たとえば、Small Enterprise あるいは Small Firm といった小企業や、Small Business といったスモール・ビジネス、すなわち小事業といった用語が用いられる。この点は、後であらためて言及される。

本研究が想定する読者は、中小企業研究者だけでなく、中小企業を研究対象としてとりあげてみようという日本の研究者である。日本にはこれまでも中小企業研究の学術コミュニティを中心とした多くの研究蓄積がある。しかし、本研究では、日本の中小企業研究とされる研究蓄積については触れず、おもに経営研究の領域の国際ジャーナルに掲載され、かつ中小企業を検討対象とした論文をとりあげる³。国際ジャーナルは、多様な学問的領域ならず学問的立場が許容されており、論文として公開される以前から、カンファレンスなど多くの場で、積極的な議論がなされてきた。また、国際ジャーナル上においても、先行研究のレビューというかたちで諸研究の蓄積や洗練がなされてきた。国際ジャーナルの投稿者は英語を母語とする一部の学術コミュニティでなく、いまや全世界の研究者であり、国籍を越えたグローバルな研究潮流は、中小企業、スモール・ビジネス、さらに近年では関連領域としてアントレプレナーシップといった領域で、新しい課題の発見や洞察に重要な貢献をしてきた。筆者なりにそのような知見を整理し、日本の学術コミュニティに対して日本語で説明することは、中小企業およびその関連領域に関心のある日本の研究者および学術コミュニティにとって、知識・情報の共有や研究上の刺激を与えることに少なからず貢献するものと考え。本研究をつうじて、研究対象として中小企業をとりあげるこの意味を共有することで、中小企業を研究してみようという機運が中小企業研究の学術コミュニティ以外の学術コミュニティにおいて少しでも高まっていくことにつながるとすれば、それは日本の中小企業研究をさらにいっそう発展させていくことを願ってやまない筆者の望外の喜びである。

2 日本で言えば、日本中小企業学会といった中小企業研究に関心をもつ多様な専門分野の研究者の集まりのことを指す。日本中小企業学会会則によれば、第2条の目的の条項のなかで、「本会は、中小企業研究に関心をもつ多様な専門分野の研究者を結集し、中小企業の総合的・学際的研究を発展させ、その成果の普及を図ることを目的とする」と明記されている (<http://www.jasbs.jp/pdf/kaisokulink1.pdf>) (2021年6月29日アクセス)。

3 各国の中小企業研究は、諸外国の影響を受けながら、独自の発展を遂げてきたと評されることがあるが (Blackburn and Smallbone 2008)、国際的見地からみた各国の中小企業研究の独自性の詳細については、本研究の検討事項の範囲を超えているため、別稿にて紹介かつ検討することにしたい。

本研究の構成は以下のとおりである。第Ⅱ節では、中小企業とはどういう企業かについて、おもに量的指標である従業員数の指標から説明する。第Ⅲ節と第Ⅳ節では、中小企業をとらえていくための2つの方法についてそれぞれ議論する。第Ⅲ節では、その方法の1つとして、大企業ないし大企業とといったいわゆる「大」との差異について、いくつかの先行研究を題材に議論していく。第Ⅳ節では、その方法のもう1つとして、中小企業内部の差異、すなわち中小企業の異質性について議論する。第Ⅴ節では、これら2つの方法を踏まえた「中小企業らしさ」を追求していくことを主張するとともに、理論的貢献の方向性を提示する。第Ⅵ節は、小結であり、本研究での考察を踏まえ、「中小企業らしさ」を追求していくことを、中小企業を対象とした研究の1つの方向性として提案する。

Ⅱ 中小企業はどのような企業か

中小企業は、大企業と比べて相対的に規模の小さい企業を意味する。この規模の小ささは、量的指標によって表される。量的指標には、資本金額や売上高、さらには資産額などいくつかの指標があるが、おもな指標と言え、国際比較などでももちいられる従業員数であろう。たとえば日本では、中小企業基本法に中小企業の範囲規定がなされており、ここで量的指標として、資本金額と従業員数（常用雇用者数）の2つの指標が採用されている。業種別に4つの類型があるが、従業員数の指標のみをとりあげると、製造業では300名以下、卸売業・サービス業では100名以下、小売業では50名以下の範囲（と別に規定されている資本金額のどちらか一方）を満たせば中小企業となる。さらに日本では、中小企業の規定とは別に、従業員数の指標のみで小規模企業が規定されている。具体的には、製造業では20名以下、それ以外の業種では5名以下の範囲を満たせば小規模企業となる（なおこれ以降では、日本の法律上の範囲に限定しない限りで、小規模企業を小企業と同義とする）。

量的指標としての従業員数の規定は、日本以外でも世界各国で採用されている基本的なものである。たとえば、アメリカでは Small Business Administration という機関がスモール・ビジネスを規定している。この規定では業種ごとで大幅に異なり、さらに従業員数と年間売上高が加味されるが、製造業で従業員数500名以下（あるいは最大でも1500名の範囲内）となっている。欧州連合（EU）では欧州委員会勧告（Commission Recommendation）で中小企業にかんする規定があり、ここでは従業員数以外にも年間売上高や資産額なども加味されるが、従業員数だけとりあげると中規模（medium-sized）が250名未満、小企業（small）が50名未満、さらにマイクロ（micro）が10名未満となっている。アメリカの範囲規定はあくまでスモール・ビジネスが対象となって

おり、「中小」でなくまた「企業」でもない。さらに欧州連合の範囲規定は中小企業を対象にしているが、欧州では中・小・マイクロを総称して中小企業としながらも、あくまで中・小・マイクロは個別に規定されているが、日本では小規模企業は中小企業の範囲に含まれているという点で日本と異なっている。

各国それぞれの状況によって、「中小企業」の範囲に違いがあるものの、量的指標をもちいて「中小企業」の範囲を規定することで全企業のなかから「中小企業」を抽出することが可能となる。しかし量的な範囲規定を満たす企業が規模的に「中小企業」であるとしても、どのような企業が「中小企業」なのかについては、いくつかの疑問が残される⁵。1つは、大企業との違いである。量的に中小企業の範囲が確定し、中小企業なる企業層の企業が抽出されることで大企業と規模的に区分されることになるが、大企業のミニサイズが中小企業ではないことは自明であろう (Curren and Blackburn 2001)。それでは中小企業は、大企業と比べて規模が小さいというほかにどのような違いがあるのだろうか。

2つは、中小企業とされる企業の内部における違いである。大企業と規模的に区分された中小企業なる企業は、「中小」ということから推察できるように、現実的にも多様な規模の企業から構成されている。たとえば、日本では、量的指標によって規定される中小企業は、企業数全体の99%以上を占めている。さらにその内実をみると、従業員数のみで規定される小規模企業として規定される20人以下規模層が85%程度を占めている⁶。このように、中小企業と言われる企業層のなかにも、たとえば規模別による違いがあるが、規模による違いのほかに、どのような違いがあるのだろうか。

3つは、企業規模と事業規模との関連である。企業規模と事業規模は必ずしも一致しない。つまり、中小企業は規模が相対的に小さい企業ではあるが、運営する事業規模が小さいわけではなく、企業規模の小ささと事業規模の小ささは別である (Welsh and White 1974)。「中小」=「小 (スモール)」でないことは自明であるため、中小企業=スモール・ビジネスでないことは容易に理解できるであろうが、小企業は、スモール・ビジネスという単位をはるかに超えた存在であるため (Curran 2006; Volery and Mazzarol

4 英国の研究者のなかには、マイクロ・ビジネスは中小企業 (SMEs) とは区別するべきという見解もある (Gherhes et al. 2016)。

5 たとえば日本では、量的指標として採用されている資本金額についてはある問題が指摘されている。それは大企業の「中小企業化」である。資本金額に応じて税負担金の違いがあることから、巨額損失の補填原資の確保のために税負担を軽減するべく大企業が資本金の減資をして「中小企業化」する事例がある。こうした大企業は一時的な措置とは言え実質的に「中小企業化」する。こうした「中小企業化」した大企業が一般中小企業と同じ中小企業であるということにはならないと言えるであろうが、ではなぜ同じでないと言えるのかについて、一定の力のある説明はなされていないように考える。

6 2016年度経済センサスによれば、民営かつ非一次産業で産業別規模別企業数を企業数でみると、日本において358.9万の企業が存在しているが、そのうち99.7%の357.8万が中小企業であり、さらにそのうち84.9%の304.8万が小規模企業である。

2015)、小企業=スモール・ビジネスでもないのである。

このように、世界各国の状況を考慮し、量的指標をもちいることによって、それぞれの国ごとで中小企業の範囲を規定することができる。しかしながら、どのような企業が中小企業であるのかを説明することは容易ではない。それゆえ、どのような企業が中小企業であるのかを説明するためには、量的指標をもちいた範囲規定とは異なる別の方法からアプローチしなければならない。そこで以下では、先人の知識を借りるべく、おもに経営研究の領域での国際ジャーナルに掲載された中小企業をめぐる論文を手がかりとし、1つは大企業ないし大企業といった「大」との差異、またもう1つは中小企業の内部の異質性、という2つのアプローチから、中小企業をとらえていくことにしたい。ただし、ここで問題がないわけではない。国際ジャーナル上の論文は英語で書かれている。上でみたように、SMEs, Small Enterprises/Small Firms,あるいはSmall Businessといったように中小企業に関連する用語がいくつか混在しており、それぞれが明確に使い分けられていない場合が一部に見受けられる。それぞれの用語の用法をどのように整理していくべきかについては、課題が残されていることをまずここで明記しておく。

Ⅲ 「大」との差異をとらえる

Ⅲ-1. D'Amboise と Muldowney による中小企業の経営理論

中小企業がどのような企業であるかをとらえていくための試みは、スモール・ビジネスには、「独自の組織理論が必要である」(Dandridge 1979)と指摘されたように、1970年代から展開されてきた。1970年代後半にみられた見解は、たとえば、「スモール・ビジネスは少し大きめのビジネスではない」(Welsh and White 1981)、などと指摘されたように、「小」は「大」を小さくしたものではなく、むしろ特異的であるというカテゴリーカルな主張であり、どちらかと言えば「抗議」的な論調(Torrès and Julien 2005)であった。それゆえ研究者は、中小企業(ないしスモール・ビジネス)を定義することで、中小企業を抽出することに満足していた(D'Amboise and Muldowney, 1988; Storey, 1994; Torrès and Julien, 2005)。こうして中小企業ないしスモール・ビジネスは、「大」と比べて相対的に規模の小さい企業や事業の総称とされるようになった。しかし「大」との違い、すなわち規模の違いに焦点を当てると、こうして抽出される「中小」はあまりにも同質な層となった。

1980年代後半になると、小企業ないしスモール・ビジネスの特徴を特定するために議論が展開されていくようになる(Curran and Blackburn, 2001; D'Amboise and Muldowney, 1988; Miller and Toulouse, 1986)。なかでも、大きな影響力のある先行研究という点では、経営研究の領域で非常に大きな影響力のある、かつ国際的に代表するジ

ジャーナルの1つである *Academy of Management Review* に1980年代後半に掲載された D'Amboise and Muldowney (1988) があげられる。D'Amboise と Muldowney は、断片化されていた小企業ないしスモール・ビジネスにかんする諸研究を包括的にレビューし、小企業ないしスモール・ビジネスの経営理論として、「タスク環境」(環境とのかかわり)、「組織構成」(株主や経営者、ガバナンスのあり方)、「経営者の特性」(①起業家との違い (Carland et al. 1984), ②モチベーションと方向性 (Smith and Miner 1985), ③目標・目的・戦略 (Sexton and Van Auken 1985) の3つの視点に整理した。これら3つの視点を包括する「成功・失敗」と「進化」という2つのカテゴリーを提唱した。

このように、D'Amboise and Muldowney (1988) は、小企業ないしスモール・ビジネスの経営問題の特異性を考慮に入れる必要性を説いた。さらに Miller and Toulouse (1986) は、企業家の性格、具体的には柔軟性、達成欲求、そして行動統制の意識 (internal locus of control) が小企業の戦略や構造、意思決定方法、業績に影響を及ぼすことを実証的な調査から明らかにした。1970年代にみられた見解からみれば、D'Amboise and Muldowney (1988) や Miller and Toulouse (1986) などにみられる1980年代後半の議論は、小企業の特徴を特定するために努力してきたと評されている (Curran and Blackburn, 2001; D'Amboise and Muldowney, 1988; Miller and Toulouse, 1986)。小企業ないしスモール・ビジネスの異質性ないし多様性を主張していくために、多くの研究者はその立場を緩和させていくことになり、「中小企業は多かれ少なかれ特異的である」というように緩和された (Brooksbank, 1991)。

III-2. Torrès と Julien による「特異性」および Curran の反論

小企業ないしスモール・ビジネスは、同質的でなくむしろ特異的であるという考え方は、長年にわたり、「基本的な前提、基本的で議論の余地のない真実」(Torrès and Julien 2005) とみなされてきた。しかしながら、個々の小企業ないしスモール・ビジネスが、その母集団と一致するわけではない。それでは、小企業ないしスモール・ビジネスの異質性はどのようにとらえることができるであろうか。この課題に対して、「特異性 (specificity) と変性 (denaturing)」というタイトルで、中小企業およびアントレプレナーシップ関連の代表的な国際ジャーナルの1つである *International Small Business Journal* (以下、ISBJ) の2005年のある号に挑戦的な論文が掲載された。これが、Torrès and Julien (2005) である。

Torrès と Julien は、古典的概念として、スモール・ビジネスにみられる「経営上の特異性のテーゼ (managerial specificity thesis)」を主張した (Torrès and Julien 2005)。これは具体的には、小規模、権限中枢のマネジメント、低レベルの専門化、直感的かつ短期的な戦略、単純かつ非公式の内部・外部の情報システム、ローカル市場といった「特異

性」を保有しているというスモール・ビジネスの概念（見方）である（表を参照）。この「経営上の特異性のテーゼ」の普遍性を反証するために、スモール・ビジネスの概念に対応するかたちで、小規模、権限分散のマネジメント、高レベルの専門化、系統的かつ長期的な戦略、複雑かつ公式の内部・外部の情報システム、世界市場といった要素を保有しているという反スモール・ビジネス概念を提唱した（表を参照）。言い換えれば、スモール・ビジネスは時代の経過とともに変性してきており、必ずしもスモール・ビジネスではなくなっているということである。Torrès と Julien はこれを変性コンテキストと呼んでおり、変性コンテキストを、そのコンテキストにおけるスモール・ビジネスに関連するすべての特性が、通常のスモール・ビジネスに関連する特性とは根本的に異なるものであると定義している（Torrès and Julien 2005：364）。このように変性したスモール・ビジネスは、リーダーシップや組織的特性において古典的なスモール・ビジネスのモデルとは異なり、経営手法においてより規模の大きな企業のモデルに近く見え、なかには世界市場を手がけるなど、スモール・ビジネスというコア特性のみを共有している可能性がある（Karoui et al. 2017）。

Torrès と Julien は、約 30 年間にわたる小企業ないしスモール・ビジネスの研究を批判的に検討した結果、特異性のテーゼに支えられた伝統的なスモール・ビジネスの定義と現実にあるスモール・ビジネスの異質性との間のギャップの根底にある、この主要な理論的パラドックスを特定した（Karoui et al. 2017）。Torrès と Julien は、すべてのスモール・ビジネスが経営の特異性が普遍的な原則になるという結果と、特定の管理方法を採用しているという考えに疑問を呈した。その代わりに、スモール・ビジネスの経営の特異性に対する偶発的なアプローチを提案し、スモール・ビジネスの経営実践のテーゼの妥当性の枠組みを定義することを可能にした（Volery and Mazzarol, 2015）。

Torrès と Julien の見解は、その後も多くの論文でとりあげられるなど、中小企業をどのようにとらえるかをめぐって大きな反響をもたらした。この Torrès と Julien の見解に対して、彼らが論文を発表して速やかに反論を提示したのが、Curran（2006）である。

表 スモール・ビジネス概念と反スモール・ビジネス概念

スモール・ビジネス概念	反スモール・ビジネス概念
小規模 権限中枢のマネジメント 低レベルの専門化 直感的かつ短期的な戦略 単純かつ非公式の内部・外部の情報システム ローカル市場	小規模 権限分散のマネジメント 高レベルの専門化 系統的かつ長期的な戦略 複雑かつ公式の内部・外部の情報システム 世界市場

出所：Torrès and Julien（2005）p.363 表2。

Curran は、Torrès and Julien (2005) が掲載された国際ジャーナルである ISBJ の別号に比較的短い論稿を発表し、そのなかで、いくつかの反論を提示している (Curran 2006)。ここではいくつかの反論のうち、おもに3つの点についてとりあげる。1つは、Torrès と Julien がスモール・ビジネスの研究における支配的な「パラダイム」、つまり「経営上の特異性のテーゼ」と呼ぶものについてである。Curran は、本格的な研究が始まった1960年代後半から約30年間にわたって、スモール・ビジネスがどのように機能し、経済のなかでどのような役割を果たしているかがいくつかの研究で明らかにされてきており、そこでは変異性とされるような堅苦しくもなくまた閉じたイメージではなく、学術コミュニティのなかで認識論的、方法論的、研究成果に関する議論 (Curran 2006; Curran and Blackburn 2001; Grant and Perren 2002; Gibb 2000) が展開されると指摘する。

2つは、規模の量的規定にかんする問題である。中小企業の企業形態が多様であるために、定量的に測定された小規模性が必ずしもスモール・ビジネスと同一視されることはないという点である。Curran は、この点を「一定の同意が得られる指摘」としながらも、小規模な企業ほどスモール・ビジネスと性格が合致するために、Torrès と Julien の批判の力は弱くなるとしている。Curran がとくに問題にするのは、定量 (quantitative) のアプローチに対する欠陥の認識であり、その後発展してきた定量のアプローチに代わる定性 (qualitative) の認識論的かつ方法論的アプローチ (Cope 2005; Curran and Blackburn 2001: 43-46, 102-124) について、Torrès と Julien が触れていないという点である。定性のアプローチは、スモール・ビジネスを担う中小企業が多様なかたちで存在しているありのままの現象を豊かに記述し、その世界を説明する実証主義を超えたアプローチであり、いまでは実証主義よりもより一般的なものになってきていると言われる (Curran and Blackburn 2001: 103⁷)。

3つは、Torrès と Julien がいう「変性」の議論の根拠の1つとなっているグローバリゼーションについてである。Torrès と Julien によれば、グローバリゼーションは、現在の小企業の「パラダイム」を「変性」させる必要性を増大させており、増え続けるスモール・ビジネスの数は、小規模でありながらグローバル経済で活躍するようになっていくと主張している。この点に関して Curran は、たしかにより多くの中小企業がグローバル経済に積極的に参加しているが、全企業の3分の2はサービス業でかつそれは国内での事業であり、グローバル経済に積極的に参加することがどの程度重要なことであるのか、という疑問を呈している。また、繰り返し指摘するように、中小企業の大部

7 定性のアプローチがより一般的になってきているのは、中小企業ないしスモール・ビジネスの研究とより親和性のあるアントレプレナーシップ研究においても同様であるとの指摘がある (Javadian et al. 2020; Gartner and Birley 2002; Suddaby et al. 2015)。

分は小規模企業なのであるという規模の極端な分布を踏まえると、「グローバル」になりえる中小企業というのは、中小企業全体のなかでもごく一部の企業にすぎないと主張する。

以上から、Curran は、Torrès と Julien はその論文において、現在のスモール・ビジネスの研究を固定的で硬直的なものとして描いていること、ビジネスを取り扱うより広い研究コミュニティから自らを封印していること、また、大企業と中小企業を区別する際の境界線上の問題を誇張していること、そしてさらに深刻なこととして、これらの問題を解決するために質的研究者が行ってきた貢献を考慮に入れていないこと、を痛切に批判する（Curran 2006）。そして、スモール・ビジネスがグローバル企業であることはほとんどない、あるいは今後もそうなる可能性があることよりも、むしろその結果として生じる経営や組織構造への影響のほうが問題であるが、現在のスモール・ビジネスをめぐる研究は、他の最近出現しつつある影響と同様に、これらの問題に対処することができるとする。こうして Curran は、Torrès と Julien の見解は、認識論的にだけでなく、方法論的にも実証的にも失敗していると批判した（Curran 2006）。

III-3. Runyan と Covin による SBO（スモール・ビジネス・オリエンテーション）

中小企業をめぐる議論は、経営研究の国際ジャーナルのなかで、数多くの議論が展開されてきているが、1980年代後半、とくに2000年代に入ってから、アントレプレナーシップ研究が経営研究の学術コミュニティのなかでの独自の学術領域の地位に加えて（Gartner, 2013；Shane 2012）、実証研究など方法論といったものの確立が果敢に目指されてくるようになった（Chandler and Lyon 2001；Dean et al. 2007；Low and MacMillan 1988）。アントレプレナーシップ研究独自の国際ジャーナルを発行する動きもあったが、既存の中小企業関連の国際ジャーナルにもアントレプレナーシップの内容がオーバーラップするようになっていった。

Volery と Mazzarol は、中小企業ないしスモール・ビジネスだけでなく、アントレプレナーシップの研究分野の進展を明らかにするために、1982年から2012年までにISBJに掲載された660本の論文を対象に書誌学的な検証を行い、その研究分野の進化を分析した（Volery and Mazzarol 2015）。Volery と Mazzarol は、ISBJの主眼はそれまで中小企業ないしスモール・ビジネスであったが、アントレプレナーシップに特化した論文の数が大幅に増加していることを明らかにするとともに、アントレプレナーシップ研究をめぐる記述的研究よりも理論的研究が増加していること、さらにこの点に加えて、中小企業ないしスモール・ビジネスの分野では、これと同様の議論がほとんど行われていないことを指摘している（Volery and Mazzarol 2015）。その後も、アントレプレナーシップ研究はさらに飛躍的に成長していったが、これに対して、中小企業ないしス

モール・ビジネスに対する関心はむしろ衰退してきたとの指摘もある (Runyan and Covin 2019)。Volery と Mazzarol は、アントレプレナーシップに関連した問題への関心が高まっているにもかかわらず、学者や政策立案者には、今後の研究においても、スモール・ビジネスを重要な焦点として維持することを奨励するために、重要なこととして、(とらえどころのない「スモール・ビジネスの理論」を追求するのではなく)「スモール・ビジネスの視点 (small business perspective)」を開発するための努力を研究者に求めた (Volery and Mazzarol 2015)。Volery と Mazzarol によれば、中小企業を研究対象とする研究者は、スモール・ビジネスそのものでなくスモール・ビジネスにかんする知識を提供しようとするのであれば、中小企業のサンプルを用いて研究するさいには、スモール・ビジネスとしてブランド化する以上のことをしなければならないと指摘した (Volery and Mazzarol 2015)。

中小企業は、大企業と比べて相対的に規模の小さい企業の総称であるが、その規模の相対的な小ささ以上のものが「スモール・ビジネスの視点」であるとする (Volery and Mazzarol 2015)、この「視点」ははたして何を意味するであろうか。Volery と Mazzarol は、その「視点」の重要性こそ中小企業を研究対象とする研究者に進言したが、その内実は必ずしも明らかにされていない。そこで、相対的な規模の小ささを超越した「スモール・ビジネスの視点」について議論を展開させていくことに期待される1つの議論をここで紹介したい。それが規模の小さい企業がもつ潜在的な志向性であり、Runyan と Covin が、ISBJ などと同じく中小企業関連の代表的な国際ジャーナルの1つである *Journal of Small Business Management* にて2008年に発表した SBO (Small Business Orientation: 小企業志向) と主張されるものである (Runyan and Covin 2019; Runyan et al. 2008)。

ここで議論の起点となるのは、スモール・ビジネスを担う企業家の志向性であり、これによる行動のあり方の変化である。企業家の志向性をあらわす1つの指標が目標である。小企業のオーナーが短期と長期にどのような目標をもつかという目標の区別は、かつてから研究の関心事の1つであった (Carland et al. 1984; Davidsson 1989; Woo et al. 1986)。こうした視点は、アントレプレナーシップ研究の勃興と相俟って、起業する者 (アントレプレナー) が誰かという視点から、企 (起) 業家か否かということと関連づけて議論されるようになった。具体的には、アントレプレナーには、革新性 (innovativeness)、先取性 (proactiveness)、リスク・テイク (risk-taking) といった要素があるとされ (Covin and Slevin 1989; Miller 1983; Lumpkin and Dess 1996)、こうした要素を備えた志向性を、Runyan らは、EO (Entrepreneurial Orientation: 企業家活動志向) とし、さらにこれに対して、アントレプレナーであるとは言えない一般の小企業の企業家の志向性を SBO とした (Runyan et al. 2008)。このように、アントレプレナーシップ

は、スモール・ビジネスの経営者の日常を超えたものとして位置づけられた（Volery and Mazzarol 2015）。

スモール・ビジネスを担う企業家の SBO に該当する志向性は、Runyan らが SBO という概念を提唱する以前から、いくつかの研究で指摘されていた。たとえば、企業家がスモール・ビジネスを担うことは、企業家の人格の延長線上にあり、また個人的な目標を達成するためであり、さらに家族の収入を得るためでもあるという（Carland et al. 1984）。また企業家には、生計を立て、余暇を増やすといった一貫した個人戦略がスモール・ビジネスを担うことにあることを発見するとともに、小企業のオーナーのビジネスに対する感情的な関係や愛着があるという（Jenkins and Johnson 1997）。さらに、小企業のオーナーの態度には、個人と企業としてのビジネスのバランスを取るためのコミットメントと欲求があるという（Brush and Chaganti 1999）。SBO は、スモール・ビジネスを担う企業家の行動に起因する志向性を、EO との違いからより明確にしようとするものであり、ここでの最大の関心事の 1 つは、企業家が有する EO ないし SBO の程度を測定するための測定モデルを提案・検証であった。

Runyan と Covin は、最初に SBO のコンセプトを世に問うてから、その約 10 年後に、経営領域の国際ジャーナルとしてその影響度合いが非常に高いことで知られる *Entrepreneurship Theory and Practice* において SBO をめぐる論文を発表し、再び SBO のコンセプトのさらなる精緻化を試みている。Runyan と Covin はスモール・ビジネスを担うオーナー・マネジャーの個人を超越した、普遍主義（universalism）と博愛主義（benevolence）といった価値観（values）がスモール・ビジネスの存続を可能にすることを指摘する（Runyan and Covin 2019；Schwartz 1994）。ここでいう普遍主義は、環境や地域社会との外向きのつながりとかかわっている。具体的には、環境を保護すること、美の世界、自然との一体、広い心、社会的正義、知恵、平等、平和な世界、そして内なる調和、すべての人々と環境の福祉に対する義務、寛容さ、および一般的な懸念が含まれる（Schwartz 1994）。また博愛主義は、従業員、顧客、および経営者といった内向きのつながりとかかわっており、具体的には、役に立つ、正直、寛容、忠誠、責任、真の友情、精神的な生活、成熟した愛、そして人生の意味が含まれる（Schwartz 1994）。これらの価値観には、相対的な重要性に応じて優先順位がつけられることで順序づけられる（Schwartz 1994）。

スモール・ビジネスを担う企業のオーナー・マネジャーの個人の価値観が、自己超越的となる 2 つの理由がある（Runyan and Covin 2019）。1 つは、スモール・ビジネスを担う企業では、オーナー・マネジャーが主導することで代表者の考え方や信念が強く経営に反映されるためである。もう 1 つは、スモール・ビジネスを担う企業では、トップ・マネジャーの直接的な権限が強かつ操作可能な範囲が広いためである。こうして

SBO は個人を超越し企業レベルとしてみることができる。企業レベルでの SBO には、普遍主義と博愛主義とそれぞれで3つずつ、6つの次元に反映される。具体的には、普遍主義には、市民的配慮、パフォーマンスの多元性、組織的スチュワードシップが、また博愛主義には、ビジネスの完全性、顧客対応力、従業員中心主義の価値観が含まれる。当該企業において SBO が高くみられるさいには、企業の評判を高める、ステークホルダーからの忠誠心を得られる、組織のロバストネスに有効である、トップ・マネジャーの SBO が組織全体の自己同一性に寄与する、といった各種効果が散見される可能性があるという (Runyan and Covin 2019)。

このように Runyan らが提唱する SBO のコンセプトは、スモール・ビジネスを担う企業におけるオーナーやトップ・マネジャーの個人の性質およびその個人を超越した企業の、一見バラバラに見える決定や行動を普遍主義と博愛主義といった価値観として認識することができる。たしかに、SBO は現時点ではコンセプトの提示に留まっており、その実証はこれからの課題となっている。実際に Runyan と Covin は引き続き SBO の実証を進めようと計画しており、その研究成果に期待がもてる。このように、SBO の有効性はこれから実証されていくことになるが、SBO は、スモール・ビジネスを担う企業家および企業の特徴を描き出す「レンズ」であり、相対的に規模の大きな事業ないしそれをより追求しようとするその担い手、すなわち「大」との差異を明らかにする有効な「スモール・ビジネスの視点」(Volery and Mazzarol 2015) になりえる。このことは、SBO が EO との対比で捉えられていることから明らかであろう。

しかしながら、SBO の考え方に問題がないわけではない。実際、企(起)業家は、民間、公共、非営利を問わず、あらゆる種類や規模の組織に存在する可能性がある指摘されている (Volery and Mazzarol 2015)。このことと同様に SBO もまた、あらゆる種類や規模の組織に存在する可能性がある。すなわち SBO は、あくまで「大」との差異を明らかにする「スモール・ビジネスの視点」にとっては有効なツールとなりえるが、逆に言えばスモール・ビジネスに共通の同質的な側面であり、スモール・ビジネスを超えた存在である中小企業の特徴を明らかにするツールにはならない可能性がある。たとえば、ある特定産業分野で、範囲規定上は大企業に分類される企業でも、当該大企業が担う事業はつねに大規模の事業であるというわけではなく、場合によって事業分割をし、その事業規模を縮小することで最終的に実質的にスモール・ビジネスを手がけることがある。この場合には、ある時期において、大企業においても SBO が強く表出される場合があるということになる。以上から、SBO は「スモール・ビジネスの視点」(Volery and Mazzarol, 2015) の1つの有効なツールになるが、スモール・ビジネスをおもに担う中小企業の特徴を明らかにするツールとは必ずしもならないと言える。

IV 中小企業の異質性をとらえる

IV-1. 存在の多様なかたち

中小企業と一言でいっても、「中」と「小」のように規模別に異なる企業が含まれていることから、中小企業には極めて多様な企業が含まれている。それは「小」とする企業（小企業）をとりあげても同様である⁸。小企業（small enterprises）の形態がより多岐にわたっていることはこれまでもたびたび指摘されてきた。たとえば、Curran と Blackburn は、小企業が経済のあらゆる分野で事業を展開していること（なお Curran と Blackburn は、コンピュータ・ソフトウェア、キャンドル製造、保険、楽器製造をあげている）をあげている。

さらに、小企業というように、企業の規模が小さいと言っても、当該小企業が担う事業が単一でも小規模でもあるわけではない。すなわち、小企業が担う事業は必ずしもスモール・ビジネスであるわけではなく、スモール・ビジネスという単位をはるかに超えた存在である（Curran 2006；Volery and Mazzarol 2015）。小企業は、「その見かけの単純さと形式化されていない性質」とかつて称されたが（D'Amboise and Muldowney 1988）、Schaper らは、一般的な意味で、スモール・ビジネスが次の4つの特徴によって特徴づけられるとする（Schaper et al. 2014；Volery and Mazzarol 2015）。具体的には、1. スモール・ビジネスは、独立して所有され、運営されている、2. 所有者（オーナー）は、運転資本のすべてでないにせよほとんどに貢献している、3. おもな意思決定機能は、所有者に委ねられている、4. 事業は、市場シェアが小さい、である。これらゆえに、小企業はスモール・ビジネスという単位をはるかに超えた存在であるとされる。

たとえば上のスモール・ビジネスの4つの特徴のうち、2の運転資本の構成者についてみれば、運転資本の所有者（オーナー）が誰にどのようなかたちで分散されているかである。それが家族・親族で構成されるファミリー・ビジネスであるのか、第三者を含めたビジネス形態であるのかによって、当該中小企業の形態が異なる。さらに、これに加えて、小企業の経営者やオーナーは、その性別、年齢、学歴、さらに民族などを考慮すると、さらに多様になる（Curran and Blackburn 2001）。また、小企業の取締役会の種類についても、非常に断片的な結果しか知られていなかったが（Jonsson 2013）、企業の3つの重要な機能である所有者、取締役、役員の間での分化のレベルから取締役会の構成をみると、6つの異なるタイプが明らかとなっている（Karoui et al. 2017）。さらに小企

8 欧州では、中小企業（SMEs）と区別される企業に、マイクロ・ビジネスがあるとの見解もある（Gherhes et al. 2016）。

業の事業特性は、立地場所によって異なる可能性もある。たとえば、国によっても異なるかもしれないし、また一国内でも繁華街かそうでないかによっても、そのコミュニティのあり方が異なる可能性が考えられる (Runyan et al. 2008)。

このように中小企業にはその内部に多様性がある。こうした中小企業の多様性は異質性 (heterogeneity) と呼ばれる。研究者は多くの場合、中小企業の異質性を過小評価しているため (Karoui et al. 2017)、異質性それ自体が中小企業の経営や政策においてどのような影響をもたらすかについて、まだ十分に明らかにされていない部分が多い。

IV-2. 成長の多様な志向性

中小企業の異質性のなかでも、とくに研究者を悩ませてきた議論の1つが、企業成長にかんするものである。そもそも中小企業といった相対的に規模が小さい企業が、数多く存在し続けているのは、はたしてなぜであろうか。それは、新規に発生して間もない企業がある一定数存在することも考えられるが、むしろ以前から存在してきた企業のすべてが成長段階に移行していないため、あるいは企業家もまた成長を強く志向しているわけではないためであろう。

企業成長には、成長維持・進化・乱流といった段階があり、その各々に異なった解決策があるもの、それが問題の根源となって当該企業に危機や変化をもたらす (Greiner 1972)。企業成長には一定の限界があるが、小企業の場合には、専門性の追求が成長を促す一方同時に制限する要因となるために、大企業の成長とは異なると言われる (D'Amboise and Muldowney 1988 ; McGuire 1976)。

また、企業家は必ずしも成長志向を有するわけではない。企業家はその事業をなぜ担うのかという動機は、企業家によってさまざまであることが知られている。たとえば、事業の初期段階において、企業家がしっかりと利益目標をもって事業を運営しようとする場合には、その事業の成長に対してプラスの影響を与えるが、しかしその事業の運営が趣味である場合には、事業の成長に対してマイナスの影響を与えるという (Cowling 2006 ; Manolova et al. 2012)。また事業の成長には、利益目標などといった外発的動機だけでなく、世間に認められたい、興奮を味わいたい、運命をコントロールしたい、新規事業に対する最終的な責任を持ちたいといった内発的動機との組み合わせが重要との指摘もある (Naffziger et al. 1994 ; Kuratko et al. 1997)。

このように企業家の事業の運営に対する動機はさまざまであり、そもそも人々が必ずしも明確な成長意図をもって新規事業を開始するとは限らない (Manolova et al. 2012)。さらに小企業のすべてが成長することを選ばず (Wiklund et al. 2003)、期待される財務的成果よりも従業員の幸福のような非経済的な要素をより重要視した企業行動をとりうる可能性がある (Manolova et al. 2012)。すでにみたように、これらの点は、企業家が

EO と SBO のどちらの志向性を強くもつかといった志向性の違いにも共通しており (Runyan et al. 2008), 中小企業が中小企業として存続していくという経営行動のあり方の1つである。

しかし、企業家の動機にあらわされる成長の志向性もまた多様である。これは、小企業の基本属性、すなわち、規模や事業内容、さらに企業家の性別、年齢、学歴、さらに民族などといった諸点はそれぞれが多様であるのと同じである。規模をほとんどといってよいほど大きくせずに事業の安定性を志向することも、またある機会に直面したさいに成長意欲を高めて事業の成長を志向することも、どちらも当該企業の経営のあり方であろう。これは、小企業は大企業よりも日和見主義者である可能性が高く、経営実践、生き残り、事業発展に「ランダムウォーク」のアプローチを採用していると指摘されていたように (Geroski 1999; Curran 2006: 206), 小企業の経営のあり方の1つである。しかしここで強調しておきたい点の1つは、こうした成長の志向性が、当該小企業を例にあげてみると、あるときにはほとんどなく、あるときに生じ、またその後減じるなど、時間の経過にともなって変化するという可能性である。われわれが観察する小企業は、観察している事業活動のひと時のプロセスにすぎない。観察のときに発見される事項はたしかに1つの事実であろうが、当該企業の一生というプロセス、すなわち長期にわたる「旅」という観点から事業活動を見れば (McMullen and Dimov 2013), そのプロセスにおいて、当該小企業の企業家が事業をより成長させたい、事業を安定させたい、事業を売却などして縮小させたい、などといった意思決定と企業行動にかかるさまざまな場面があり、それらの組み合わせによって「ランダムウォーク」的な歩みとなろう。

ここでは企業の成長の志向性を1つの題材として述べてきたが、中小企業の異質性をとらえるためには、当該中小企業あるいはその企業家について、時間の経過にともなうプロセスを考慮することが重要であろう。

V 中小企業研究と経営研究への理論的貢献

かつて D'Amboise と Muldowney は、スモール・ビジネスのための壮大な経営理論、すなわちスモール・ビジネスのマネジメントを説明し導くことのできる包括的な理論的枠組は存在しないと指摘したが (D'Amboise and Muldowney 1988), このことは中小企業の異質性を考慮すると、理論的枠組の構築はさらにいっそう困難になることが推察される。しかしこのことが問題になるかと言えば、必ずしもそうはならない。そもそも異質性をもつ多様な中小企業を同質的あるいは画一的に描くこと自体に意味がないと言える。それでは、中小企業研究は、経営研究においていかなる理論的貢献を果たすことができるのであろうか。

スモール・ビジネスをめぐる議論は、国際ジャーナル上でホットな 이슈の1つであったが、アントレプレナーシップ研究の勃興とともに、その後においてはスモール・ビジネスをめぐる議論よりも、その後にはアントレプレナーシップに関連した問題への関心に移っていくことになる。こうした現状を受けて、Volery と Mazzarol は、アントレプレナーシップに関連した問題への関心が高まっているのに対して、スモール・ビジネスが今後の研究の展開において重要な焦点として維持するために、とらえどころのない「スモール・ビジネスの理論」を追求するのではなく「スモール・ビジネスの視点」を提唱したのである (Volery and Mazzarol 2015)。

さらに Volery と Mazzarol は、その主張に続けて、研究者は、知識 (knowledge) よりも叡智 (wisdom) に基づくフレームワークをもちいて、当該分野におけるパラダイム開発のための戦略的なオプションを開発することを提唱する (Volery and Mazzarol 2015: 392-393)。そこで Volery と Mazzarol がとりあげているのは、Watkins-Mathys and Lowe (2005) の議論である。ここでは、「プロセス」、「パターン」、「構造」という3つの基準に基づいた概念的なトライアドが提案されている。これら3つの基準はすべて相互に依存しており、複雑で生きているシステムを理解するために必要なものであるという。このような視点から、中小企業ないしスモール・ビジネスが大企業ないし大企業、すなわち「大」とどのように異なるかの証拠の解明を追求することによって (Volery and Mazzarol 2015)、「大」との差異が明らかになるとする。

Watkins-Mathys and Lowe (2005) の議論に基づく Volery と Mazzarol が提唱した「大」との差異を明らかにしていく作業は、いまだ途上であるが、この「大」との差異を明らかにしていこうという中小企業研究の成果は、経営理論の発展に大きく貢献することが期待される。一般的に知られた経営理論は、大企業ないし大企業を想定して構築されている場合が多い。「すべての大企業の研究は例外なく、無関係であるとして拒絶されるべきである」という見解もないわけではないが (Torres and Julien 2005: 358)、大企業ないし大企業を想定されて構築された理論は、中小企業研究の継続的な活発さが示すように、むしろ中小企業研究のきっかけの1つとなっている (Curran 2006)。さらに、大企業ないし大企業を想定して構築された理論は、中小企業やスモール・ビジネスには当てはまらないとの指摘もある (Curran and Blackburn 2001)。しかし、その適用可能性について評価することよりも、たとえば大企業というのは企業全般からすればほんの一部しか存在していないために、そうしたサンプルサイズが小さく代表性が疑わしい事例の一部に基づいた理論やモデルに懐疑的になるべきであるとの主張もある (Curran 2006)。

かつて Weick は、組織研究者に対して、「大企業の組織を避け、代わりに、日常的な出来事、場所、疑問、ミクロ組織、不条理な組織を調べることを求めた (Weick

1979)。このことは、中小企業を研究対象にすることによって、大企業ないし大事業にみられる複雑な組織よりも、組織に関連する現象が、目に見えやすく、仮説を立てやすくなるとするものである（D'Amboise and Muldowney 1988）。この命題は、経営研究の領域におけるより多くの研究者が、これからさらにいっそう中小企業を研究対象としてとりあげていくことを促すものである。大企業ないし大事業を想定して構築された、誰もが当然と思う既存の理論は、中小企業の研究をつうじて疑いが生まれ、その疑いを生じさせ、それにチャレンジするかたちで研究への問いを発展させることができる。こうした方法は、「方法論的問題化」（Alvesson and Sandberg 2011；2013）と呼ばれ、批判的マネジメント研究（CMS：Critical Management Studies/CMR：Critical Management Research）の一部となる（Alvesson and Deetz 2000；Alvesson and Sandberg 2013）。つまり、中小企業を研究対象とした研究をすることで得られた中小企業にかんするさまざまな「叡智」は、中小企業を念頭に置いた理論の構築に挑んでいくというよりも、またさらには、大企業ないし大事業のあり方を文字どおり「批判」というよりも、むしろ既存理論の修正や拡張を促し、経営理論の発展に大きく貢献することにつながると期待されるのである。これが中小企業研究の経営研究への理論的貢献であると言える。

VI 小結－「中小企業らしさ」の追求－

本研究では、おもに経営研究の領域における国際ジャーナルに掲載された論文の知見をとりあげながら、研究対象として中小企業をとりあげるさいに、研究上加味しなければならぬ諸点を明確にすることを目的としていた。本研究で先行研究のいくつかを基に具体的にとりあげてきたのは、1つは、大企業ないし大規模事業、すなわち「大」との差異か、あるいはもう1つは、中小企業の異質性か、の2つの論点であった。これら2つの論点をめぐっては、現在までも国際ジャーナル上で関連した議論が展開されているところである。

本研究では、議論を整理するうえで、2つの論点をそれぞれ個別に説明してきたが、本研究をつうじて主張したいことの1つは、中小企業を研究対象とするさいには、これら2つの論点は、「大」との差異かあるいは異質性かといったかたちでどちらか一方についてのみ焦点を当てるということではなく、それら2つの論点をどちらも合わせて同時に考慮するべきであるということである。

さらにもう1つは、それら2つの論点をめぐる考慮の順序である。論点の1つめとしてとりあげた「大」との差異は、中小企業の「中小」を規定する前提であり、さらに理論的貢献につながりうるものである。こうしたことから、ここでは論点の2つめとしてとりあげた中小企業の異質性としての多様性を踏まえ、その異質性の何を議論するかを

まず規定し、そのうえで「大」との差異を解明していくことを主張する。たしかに、ここで規定される中小企業の異質性は、その異質性の一側面にすぎないかもしれない。しかしながら、中小企業の異質性が極めて多元的であるゆえに、中小企業というキーワードをとりあげるだけでは、中小企業のどういう点に焦点を当てているか不明瞭であるため、議論を展開させていくうえでは重要な議論上の設定の1つとなるのである。

中小企業の異質性の何を議論するかという議論上の設定は、その異質性が何かということにとどまらず、あらゆる現象 (Weick 1979) をつうじて「大」との差異を明らかにしなければならない。「スモール・ビジネスの視点」を提唱した Volery と Mazzarol は、Watkins-Mathys and Lowe (2005) の議論を踏まえ、「プロセス」、「パターン」、「構造」という3つの基準からの「大」との差異を解明していくことを説いたが、私見では、Runyan と Covin が提唱した SBO における普遍主義と博愛主義という価値観もまた「大」との差異を解明する一助になると期待する。中小企業の異質性を前提とした (すなわち、それが何かを議論上の設定においた) SBO を、ここで「中小企業らしさ」と表現することを提案する。この「中小企業らしさ」の追求こそが、中小企業の異質性の現象がより解明されることで、たんに中小企業という企業の形態を類型化するだけにとどまらず、「スモール・ビジネスの視点」としての SBO などを援用・発展させていくものであり、これによって、「大」との差異が解明され、既存の諸理論の拡張や修正などといった経営研究の理論的發展に大きく貢献することが期待されるのである。この「中小企業らしさ」の追求こそが、中小企業を研究対象とするわれわれが研究上加味しなければならない点である。

ところで、中小企業という概念は、冒頭にも述べたように、世間一般に認知されているはずであるが、国際ジャーナルに掲載されている先行研究の多くでは SBO と同様にスモール・ビジネスないし小企業としたかたちで、「小 (スモール)」のみに焦点を当てる傾向があるように見える。中小企業という概念は、世間一般的に認知されているはずであるが、なぜ中小企業の「中」については、一部の研究を除いて (たとえば Curran (2006) など) あまり意識的に触れられていないのであろうか。研究上、中小企業という用語を使う場合には、「中」を「小」とのたんなる規模的な相違としてとらえるのではなく、まさにその規模の相違に起因する中小企業「層」内部の異質性を考慮することが求められる。仮に、そのことが考慮されないということであれば、その企業を中小企業と敢えて呼称する必要はなく、小企業でよいということになる。こうした点は今後検討していくべき課題の1つである。

本研究では、研究対象としての中小企業について、おもに日本の研究者を対象として話題を提供してきたが、最後に、中小企業研究の研究者としての基本的な立ち位置について指摘しておきたい。そもそもわれわれはなぜ中小企業を意識的に中小企業と呼び、

そしてその中小企業を研究対象とするのであろうか。こうした中小企業に対する研究者個人の思いや姿勢がまずは問われるべきであろう。そのうえで、中小企業研究は、学術コミュニティのためでなく、あくまで中小企業のためのものでなければならない。われわれ中小企業研究者は、研究対象となる中小企業ないし、中小企業を中心として中小企業にかかわるすべての方々の立場を十分に理解し、相手にできるだけ寄り添うかたちで「私たち」共有の立場をとることが重要である（Dimov et al. 2020）。それでは、われわれが中小企業により寄り添ったかたちで、中小企業を対象とした研究をどういうかたちで進めていけばよいかについては、稿をあらためて論じることしたい。

付記

本研究の議論の多くは、筆者と研究志向の多くを同じくする中小企業に関心をもつ研究者との絶え間ない議論に基づいている。ここで研究者のお名前をすべて記すことはできないが、なかでもとりわけ平野哲也先生（山口大学経済学部）および田代智治先生（長崎県立大学経営学部）の両先生には、数度にわたる議論をつうじて本研究の構成につながるいくつかのヒントを得た。その意味で本研究は、両先生との議論による共有資産の賜物である。両先生には、この場をお借りし、感謝の意を表したい。なお本研究でありうるべき過誤は筆者の責に帰することを明記する。

参考文献（アルファベット順）

- Alvesson, M., and Deetz, S. (2000) *Critical management research*, London : Sage.
- Alvesson, M., and Sandberg, J. (2011) "Generating research questions through problematization," *Academy of Management Review*, 36(2) : 247-271.
- Alvesson, M., and Sandberg, J. (2013) *Constructing research questions : Doing interesting research*, London : Sage.
- Blackburn, R. A., and Smallbone, D. (2008) "Researching small firms and entrepreneurship in the U. K. : Developments and distinctiveness," *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(2) : 267-288.
- Blackburn, R. A., and Stokes, D. (2000) "Breaking down the barriers : Using focus groups to research small and medium enterprises," *International Small Business Journal*, 19(1) : 44-67.
- Bridge, S., O'Neill, K., and Cromie, S. (1998) *Understanding enterprise, entrepreneurship and small business*, London : Macmillan Business.
- Brooksbank, R. (1991) "Defining the small business : A new classification of company size," *Entrepreneurship and Regional Development*, 3(1) : 17-31.
- Brush, C. G., and Chaganti, R. (1999) "Business without glamour? An analysis of resources of performance by size and age in small service and retail firms," *Journal of Business Venturing*, 14(3) : 233-257.
- Bryman, A., and Bell, E. (2003) *Business research methods*, Oxford : Oxford University Press.
- Burrell, G., and Morgan, G. (1979) *Sociological paradigms and organisational analysis*, London : Heinemann Educational Books.
- Carland, J. W., Carland, J. C., Hoy, F., and Boulton, W. R. (1988) "Distinctions between entrepreneurial and small business ventures," *International Journal of Management*, 5(1) : 98-103.
- Carland, J. W. III, Carland, J. W., Carland, J. C., and Pearce, J. W. (1995) "Risk taking propensity among entrepreneurs, small business owners and managers," *Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(1) : 15-23.
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., and Carland, J. A. (1984) "Differentiating entrepreneurs from small business owners : A conceptualization," *Academy of Management Review*, 9(2) : 354-359.

- Chandler, G. N. and Lyon, D. W. (2001) "Issues of research design and construct measurement in entrepreneurship research : The past decade," *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4) : 101-113.
- Cope, J. (2005) "Researching entrepreneurship through phenomenological enquiry, philosophical and methodological issues," *International Small Business Journal*, 23(2) : 163-189.
- Cosh, A., and Hughes, A. (2003) *Enterprise challenged : Policy and performance in the British SME sector 1999-2002*, Cambridge : University of Cambridge.
- Cowling, M. (2006) "Early stage survival and growth," in Parler, S. ed., *The life cycle of entrepreneurial ventures*, 479-506, New York, NY : Springer.
- Curran, J. (2000) "What is small business policy in the UK for? : Evaluation and assessing small business support," *International Small Business Journal*, 18(3) : 36-50.
- Curran, J. (2006) "Specificity and denaturing the small business," *International Small Business Journal*, 24(2) : 205-210.
- Curran, J., and Blackburn, R. A. (2001) *Researching the small enterprise*, London : Sage.
- D'Amboise, G. (1993) "Empirical research on SMEs : The past ten years in Canada," *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 10(2) : 2-12.
- D'Amboise, G., and Muldowney, M. (1988) "Management theory for small business : Attempts and requirements," *Academy of Management Review*, 13(2) : 226-240.
- Davidsson, P. (1989) "Entrepreneurship and after? : A study of growth willingness in small firms," *Journal of Business Venturing*, 4(3) : 211-226.
- Dean, M. A., Shook, C. L., and Payne, G. T. (2007) "The past, present, and future of entrepreneurship research : Data analytic trends and training 1," *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(4) : 601-618.
- Deeks, J. (1973) "The small firm-asset or liability?" *Journal of Management Studies*, 10(1) : 25-47.
- Dimov, D., Schaefer, R., and Pistrui, J. (2020) "Look who is talking ... and who is listening : Finding an integrative "we" voice in entrepreneurial scholarship," *Entrepreneurship Theory and Practice*, <https://doi.org/10.1177/1042258720914507>
- Gartner, W. B. (2013) "Creating a community of difference in entrepreneurship scholarship," *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(1) : 5-15.
- Gartner, W. B., and Birley, S. (2002) "Introduction to the special issue on qualitative methods in entrepreneurship research," *Journal of Business Venturing*, 17(5) : 387-395.
- Gergen, K. J. (1994) *Relationships and realities : Soundings in social construction*, Cambridge, MA : Harvard University Press.
- Geroski, P. (1999) "Why do some firms grow faster than others?," *The Economist*, 15 July.
- Gherhes, C., Williams, N., Vorley, T., and Vasconcelos, A. C. (2016) "Distinguishing micro-businesses from SMEs : A systematic review of growth constraints," *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(4) : 939-963.
- Gibb, A. A. (2000) "SME policy, academic research and the growth of ignorance : Mythical concepts, myths, assumptions, rituals and confusions," *International Small Business Journal*, 18(3) : 13-35.
- Grant, P., and Perren, L. (2002) "Small business and entrepreneurial research : Meta theories, paradigms and prejudices," *International Small Business Journal*, 20(2) : 185-209.
- Greiner, L. E. (1972) "Evolution and revolution as organizations grow," *Harvard Business Review*, 50(4) : 37-46.
- Holliday, R. (1995) *Investigating small firms, nice work?*, London : Routledge.
- Hughes, A., and Storey, D. (1994) *Finance and the small firm*, London and New York : Routledge.
- Javadian, G., Dobratz, C., Gupta, A., Gupta, V. K., and Martin, J. A. (2020) "Qualitative Research in Entrepreneurship Studies : A State-of-Science," *The Journal of Entrepreneurship*, 29(2) : 223-258.
- Jenkins, M., and Johnson, G. (1997) "Entrepreneurial intentions and outcomes : A comparative causal mapping

- study,” *Journal of Management Studies*, 34(6) : 895-920.
- Johansson, A. W. (2004) “Narrating the Entrepreneur,” *International Small Business Journal*, 22(3) : 273-293.
- Jonsson, E. I. (2013) “One role is not big enough : A multi-theoretical study of board roles in SMEs,” *International Journal Business Governance and Ethics*, 8(1) : 50-68.
- Julien, P.-A. (2000) *The State of the Art in Small Business and Entrepreneurship* (2nd ed.), Brockfield, VT : Ashgate.
- Karoui, L., Khlif, W., and Ingley, C. (2017) “SME heterogeneity and board configurations : An empirical typology,” *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(3) : 545-561.
- Kuratko, D., Hornsby, J., and Naffziger, D. (1997) “An examination of owner’s goals in sustaining entrepreneurship,” *Journal of Small Business Management*, 35(1) : 24-33.
- Landström, H. (2005) *Pioneers in entrepreneurship and small business research*, New York : Springer.
- Low, M. B., and MacMillan, I. C. (1988) “Entrepreneurship : Past research and future challenges. *Journal of Management*, 14(2) : 139-161.
- Manolova, T. S., Brush, C. G., Edelman, L. F., and Shaver, K. G. (2012) “One size does not fit all : Entrepreneurial expectancies and growth intentions of US women and men nascent entrepreneurs,” *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2) : 7-27.
- McGuire, J. W. (1976) “The small enterprise in economics and organization theory,” *Journal of Contemporary Business*, 5(2) : 115-138.
- Miller, D., and Toulouse, J. M. (1986) “Strategy, structure, CEO personality and performance in small firms,” *American Journal of Small Business*, 10(3) : 47-62.
- Mouzelis, N. (2000) “The subjectivist-objectivist divide : Against transcendence,” *Sociology*, 34(4) : 741-762.
- McMullen, J. S., and Dimov, D. (2013) “Time and the entrepreneurial journey : The problems and promise of studying entrepreneurship as a process,” *Journal of Management Studies*, 50(8) : 1481-1512.
- Naffziger, D., Hornsby, J., and Kuratko, D. (1994) “A proposed research model of entrepreneurial motivation,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3) : 29-42.
- Perren, L. J., Berry, A. and Blackburn, R. (2001) “The UK small business academic community and its publication channels : Perceptions and ratings,” *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 8(1) : 76-90.
- Perren, L., and Ram, M. (2004) “Case-study method in small business and entrepreneurial research mapping boundaries and perspectives,” *International Small Business Journal*, 22(1) : 83-101.
- Rosa, P. J. (2013) “Recent trends in leading entrepreneurship research : The challenge for European researchers,” *Entrepreneurship Research Journal*, 3(1) : 35-43.
- Runyan, R. C., and Covin, J. G. (2019) “Small business orientation : A construct proposal,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(3) : 529-552.
- Runyan, R. C., Droge, C., and Swinney, J. L. (2008) “Entrepreneurial orientation versus small business orientation : Do their relationships to firm performance depend on longevity,” *Journal of Small Business Management*, 46(4) : 567-588.
- Schaper, M., Volery, T., Weber, P., Gibson, B. (2014) *Entrepreneurship and small business : A pacific rim perspective* (4th ed.), Milton : John Wiley & Sons.
- Schwartz, S. H. (1994) “Are there universal aspects in the structure and contents of human values?,” *Journal of Social Issues*, 50(4) : 19-45.
- Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M., and Owens, V. (2001) “Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement,” *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32(5) : 519-542.
- Sexton, D. L., and Van Auken, P. (1985) “A longitudinal study of small business strategic planning,” *Journal*

- of Small Business Management*, 23(1) : 7-15.
- Shane, S. (2012) "Reflections on the 2010 AMR decade award : Delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research," *Academy of Management Review*, 37(3) : 10-20.
- Smith, N. R., and Miner, J. B. (1983) "Type of entrepreneur, type of firm and managerial motivation : Implications for organizational life cycle theory," *Strategic Management Journal*, 4(4) : 325-340.
- Stewart, W. H., Carland, J. C., Carland, J. W., Watson, W. E., and Sweo, R. (2003) "Entrepreneurial dispositions and goal orientations : A comparative exploration of United States and Russian entrepreneurs," *Journal of Small Business Management*, 41(1) : 27-47.
- Storey, D. (1994) *Understanding the small business sector*, London : Routledge.
- Suddaby, R., Bruton, G. D., and Si, S. X. (2015) "Entrepreneurship through a qualitative lens : Insights on the construction and/or discovery of entrepreneurial opportunity," *Journal of Business Venturing*, 30(1) : 1-10.
- Torrès, O. and Julien, P.-A. (2005) "Specificity and denaturing of small business," *International Small Business Journal*, 23(4) : 355-375.
- Tranfield, D., and Starkey, K. (1998) "The nature, social organization and promotion of management research : Towards policy," *British Journal of Management*, 9(4) : 341-353.
- Volery, T., and Mazzarol, T. (2015) "The evolution of the small business and entrepreneurship field : A bibliometric investigation of articles published in the International Small Business Journal," *International Small Business Journal*, 33(4) : 374-396.
- Watkins-Mathys, L., and Lowe, S. (2005) "Small business and entrepreneurship research : The way through paradigm incommensurability," *International Small Business Journal*, 23(6) : 657-677.
- Weick, K. (1974) "Amendments to organizational theorizing," *Academy of Management Journal*, 17(3) : 487-502.
- Welsh, J. A., and White, J. F. (1981) "A small business is not a little big business," *Harvard Business Review*, 59(4) : 18-32.
- Wiklund, J., Davidsson, P., and Delmar, F. (2003) "What do they think and feel about growth? : An expectancy-value approach to small business managers' attitudes toward growth," *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(3) : 247-270.
- Woo, C. Y., Cooper, A. C. and Dunkelberg, W. C. (1986) "The development and interpretation of entrepreneurial typologies," *Journal of Business Venturing*, 6(2) : 93-115.