

ファミリービジネス研究における「イノベーション」とは

濱口 正樹

(静岡県立大学経営情報イノベーション研究科博士課程)

要 旨

企業成長にはイノベーションが不可欠であるという論調に反対を唱えるものはいないであろう。また、長寿のファミリービジネスは持続的に成長をしているから、“そこにイノベーションが発生している”ともいえる。しかしながら、ファミリービジネス（同族企業）がイノベーション性向を有しているか、無いかの議論は数々の研究者で議論されており、意見が割れているのが実情である。そこで本研究では複雑になっているファミリービジネスとイノベーションの研究を整理することによって課題と今後の研究の方向性について提言する。

なお、先行研究を分析する際に、3つの分析フレームを新たに構築し、整理に努めた。

(1) 範囲フレーム：「イノベーションの、どの範囲に関する研究なのか」

インプット：イノベーションを生み出す契機になるもの

アウトプット：イノベーションによって生み出されたもの

プロセス：インプットからアウトプットに至る過程や動的な営み

(2) 傾向フレーム：「イノベーションに対して、どのような傾向を示しているのか」

ポジティブ：ファミリービジネスはイノベーションに対してポジティブな特性を有している

ネガティブ：ファミリービジネスはイノベーションに対してネガティブな特性を有している

ポジネガ：状況に応じてポジティブ/ネガティブの両方がありうる

(3) 経路依存フレーム：「その研究はどこから来たのか」

どの理論に依拠しているのか

結論として、先行研究では、インプット範囲ではネガティブ議論が多く、アウトプット範囲ではポジティブ議論が多いという明確な傾向があるが明らかになった。しかしながらこの傾向は、「現象の説明」「結果」であり、「なぜその結果が生じるのかというメカニズムや理由」を探求することが次のステップで必要になる。最後に今後の研究の展望としてプロセス範囲の研究の重要性・必要性について提言を行う。

キーワード：ファミリービジネス、イノベーション、先行研究、メタ分析

What is "Innovation" in Family Business Research?

Abstract

No one would disagree with the argument that innovation is essential for corporate growth. Moreover, since long-lived family businesses have been growing continuously, it can be said that "innovation occurs in these businesses. However, numerous researchers have debated whether family businesses (family firms) have a propensity to innovate or not, and the reality is that opinions are divided. Therefore, this study proposes a new direction for future research on family businesses and innovation by reviewing the complexities of the research on family businesses and innovation. In addition, in analyzing the previous studies, three new frames of analysis were developed and organized.

- (1) Scope frame: "What is the scope of the research on innovation?"

Input: What triggers the creation of innovations

Outputs: What is produced by the innovation

Process: The process or dynamic activity from input to output.

- (2) Trend frame: "What is the trend toward innovation?"

Positive: Family businesses have positive characteristics toward innovation

Negative: Family businesses have negative characteristics toward innovation

Positive Negative: Can be both positive/negative depending on the situation

- (3) Path-dependent frame: "Where did the study come from?"

Which theory is relied upon?

In conclusion, the previous studies revealed a clear trend of more negative arguments in the input range and more positive arguments in the output range. However, this trend is an "explanation" or "result" of the phenomenon, and the next step is to explore "the mechanism or reason why the result occurs. Finally, as a prospect for future research, propose the importance and necessity of process range research.

Keywords : family business, innovation, previous studies, meta-analysis

第 I 章：背景

第 1 節 組織の永続性とイノベーション関連性

「組織の永続性をどのように確保するのか」これは実務、学術の両面で探求されているが、いまだ決定的な答えは発見されていない。ただし、ダーウィンの進化論から始まり、永続性を得るためには常に自己変革を発生させ環境適合を行うことが必要である、という結論に対して異を唱えるものはないと言える。

均衡や配分ではなく一種の不均衡を追求することが経済発展の本質であるとしたシュンペーターは、非静態的な不均衡の出発地点に「まず新しいもの (Neues) が生み出されなければならない」とし、この不均衡を生み出す非静態的活動のことをイノベーションとしている (シュンペーター 1912)。また、「新しいものを生み出す機会そのものが変化であり、意識的かつ組織的に変化を探ることこそがイノベーションである」とするドラッカーに従えば、イノベーションは自然発生するものではなく、適切なマネジメントをもって発生させるものである (ドラッカー 1985)。よってイノベーションと同時にそれをマネジメントすることも重要な研究対象である。

もちろん、イノベーションという用語が極めて多くの意味を内包しているため、定義や研究領域が玉石混交であるという側面はある。しかしながら「イノベーションが永続性の必要条件 (もちろん十分条件ではない) である」という結論も合理であると考えられる。「長寿」「存続」のキーワードの元、ファミリービジネス研究においては、その必要条件であるイノベーションをどのように取り扱っているのであろうか。長寿のファミリービジネスは「まだ存在している」という事実だけで、「そこにイノベーションが発生している」と

いえる。ただし、この結論はあくまでも状況証拠に依拠しているだけであり、そのメカニズムを明確にすることによってはじめて理論に昇華する。それでは先行研究でそのメカニズムがどのように取り扱われているのか次節で確認する。

第 2 節 ファミリービジネスとイノベーション関連性

ファミリービジネス研究とは、学際的な性質を有しまさに発展途上の分野であり、各々の研究者が事例研究の蓄積をもって理論構築を進めてる段階である。そのような状況下では、イノベーションの取り扱いについても両極の異なる傾向を示している。それは、「ファミリービジネスはイノベーションに対してポジティブである」という見解と「逆にネガティブである」というものである。前者の見解は、所有と経営が一致しているファミリービジネスではプリンシパル・エージェント問題が発生しない。よって長期志向による経営判断が可能になり、挑戦的な経営が可能である、という前提に依拠しているもの。一方、イノベーションにはリスクが常に伴うため、ファミリーとしての影響力の保持を最優先として考えるファミリービジネスは、リスク回避性向が強いという論調もある。これらが、後者の「ネガティブである」という見解である。

結論として言えることは、ファミリービジネスはイノベーションに対してポジティブなのか、またはネガティブなのか。未だ決着はついていないということである。この相反するパラドキシカルなファミリービジネスの資質に対して説明 (解明ではない) を試みる研究が近年みられてきている (Chrisman et al. 2015 ; Asaba & Wada 2019 ; Kammerlader et al. 2015)。

そこで本論文はファミリービジネス研究におけるイノベーションの概念整理を行うことによ

て、このポジティブ/ネガティブ論争の決着のための一助にする。

第Ⅱ章：研究方法

第1節 論文のサンプリングについて

繰り返しになるが、本論文は議論を整理するための先行研究レビューである。よってレビュー対象の研究のサンプリングの仕方如何によっては、恣意的な結果になる危険性もある。概念の整理という目的に対して本末転倒な事態を回避するために、慎重に以下のサンプリングの手続きを選択した。

まずメインに探索するジャーナルを Family Business Review 誌とした。言うまでもなく当該ジャーナルはファミリービジネス研究のトップジャーナルであり、ここでサンプリング対象の信頼性を担保できるとする。

次に、網羅性を高めるためにサンプリング期間を当該ジャーナル創刊の1988年のVol.1から2022年Vol.35までの現状発行済のすべての期間とし、合計761論文のイントロダクションを通読し研究対象の区分けを行った。レビュー対象として抽出する基準は、キーワードが設定されていないVol.21以前の論文についてはイントロダクションの記述内容で判断し、キーワード設定が成されている以降の論文については、イントロダクションの記述内容、もしくはキーワードに“innovation”の文言があるものとした。この網羅性と抽出の基準によってサンプリング対象の範囲の妥当性を担保できるとする。また、議論を補強するために、他ジャーナルでの代表的なイノベーションを取り扱う研究を追加した。

第2節 研究対象

当該期間の Family Business Review 誌のイノ

ベーションに関連する論文は、計15論文。初出はLitz & Kleysen (2001)であり、2000年代に4論文、2010年以降で11論文となっている。以上の事から30年以上の当該雑誌の歴史から見ると、イノベーションに関する研究は、比較的「若い」ことが分かる。この15論文を中心にレビューを行い、補完する意味で他ジャーナルから計10論文を選出した。

一方、同様の文脈で議論されることが多い企業家活動研究 (entrepreneur/entrepreneurship) については、Family Business Review 誌初出は1990年に1論文、2000年代で12論文、2010年以降で13論文とイノベーションの研究より先行し、かつ継続的に研究されている。しかしながら、本稿では企業家研究はレビュー対象とはしていない。

第Ⅲ章：分析と議論

第1節 分析フレームの構築

本論文はファミリービジネス研究とイノベーションの間に潜む概念の整理を目的としている。よって、何かしら両者の関係性を導き出して、結論を生み出すものではなく、現行の研究の課題と今後の進むべき道の提起を行うことが最終目的である。そこで、単純な先行研究の羅列ではなく分析フレームを新たに構築しメタ分析のツールとして用い、最終目的を追求することにした。

今回構築したフレームは以下の3つである。

範囲フレーム：「イノベーションの、どの範囲に関する研究なのか」

傾向フレーム：「イノベーションに対して、どのような傾向を示しているのか」

経路依存フレーム：「その研究はどこから来たのか」

フレームによって内容の区分を試みるが、重複

しているものについてダブルカウントして整理を行う。よって区分けの和が対象とする 25 論文を超えることが生じている。

それでは、次節以降でそれぞれのフレームを用いて分析を行う。

第2節 分析1：範囲フレーム。イノベーションの、どの範囲に関する研究なのか

一つ目は、「どの範囲に関する研究なのか」というものである。もちろん研究者によって研究課題が異なっており、その対象とする「範囲」も異なっている。先行研究を精読する過程で、その各研究の対象範囲をインプット、アウトプット、プロセスの3つに区分することが、合理であるという結論に至った。次に、フレームの用語の定義を行う(図1)。

まず、インプットである。これは、「イノベーションを生み出すもの」「イノベーションの契機になるもの」を研究対象にしているものである。代表的には、「R&D投資」に関する研究であり、Sciascia et al. (2014), Matzler et al. (2015), De Massis et al. (2013), Duran et al. (2016), Chrisman et al. (2015), Chrisman & Patel (2012), Block et al. (2013), Dieguez-Soto et al. (2016), Asaba & Wada (2019) など数多くの研究がなされている。その他にも「リスク性向」(Kraicz et al. 2015; Naldi et al. 2007), 「創業者の価値や信念」(Kammerlader et al. 2015), 「政策」(Craig & Dibrell 2006) などが挙げられる。次元は異なるかもしれないが、すべてイノベーションという目的を得るための手段や手法、影響を与えるものを表現している。

つぎに、アウトプットである。これは「得るため」ではなく、逆に「得られた結果」の現象のことを表す。言い換えれば「イノベーションによって生み出されるもの」である。例えば、「特許



図1：範囲フレーム

(関連)」(De Massis et al. 2013; Duran et al. 2016; Block et al. 2013; Asaba & Wada 2019; Matzler et al. 2015), 「財務的パフォーマンス」(Naldi et al. 2007; Craig & Dibrell 2006; Spriggs et al. 2012; Dieguez-Soto et al. 2016), 「新商品・新サービス」(Kraicz et al. 2015; De Massis et al. 2013; Duran et al. 2016) など。企業にイノベーションが発生した結果、そこに得られたものである。よってこの範囲の研究をアウトプットと命名した。

最後にプロセスである。これはインプットからアウトプットに至る過程や動的な営みのことを表現している。例として、「活動」(De Massis et al. 2013), 「資源オーケストレーション」(De Massis et al. 2018), 「ダイナミックケイパビリティ」(Duran et al. 2016) など。

次に範囲フレームによって整理できた結果を二点挙げる。

まず一点目が、特定の範囲の研究に偏重している傾向はないということ。インプットが13論文、アウトプットが14論文、プロセスが14論文となっている。インプットとアウトプットを異なるものとして区分して議論している研究は、Matzler et al. (2015), De Massis et al. (2013), De Massis et al. (2016), Duran et al. (2016), Chrisman et al. (2015), Dieguez-Soto et al. (2016), Asaba & Wada (2019) があるが、少数派であり、多くは区分けがされておらず、単一の範囲を研究対象としている。

二点目が、プロセス範囲の「曖昧さ」である。今回 25 論文を精読して、14 論文がプロセス面を取り扱っていると分類した。しかしながら、プロセス範囲は曖昧に扱われていることがあり、多くの研究者が「意識的にフォーカスしていないが結果的に」プロセス面も議論しているという状態である。明確にプロセス面を研究対象としていると宣言しているものはわずか5論文 (De Massis et al. 2013 ; 2015 ; 2016 ; Chrisman et al. 2015 ; Duran et al. 2016), 残りは研究者によって区分けはされていない。また、インプットとアウトプットを区分けして議論していても、その間のプロセスを対象としていないものもある (Block et al. 2013 ; Kraiczy et al. 2015 ; Dieguez-Soto et al. 2016 ; Asaba & Wada 2019)。以上のプロセス範囲の曖昧さは今後の研究の展望に関わる重要な部分であるため次節にて二つ目の傾向フレームの分析結果とともに深掘する。

ここで範囲フレームを補完する意味合いで「イノベーションの定義」「研究の方法」の2点から副次的に整理を行う。

まず、イノベーションの用語が明確に定義されているのかどうか。「定義されている」が12論文、「定義されていない」が13論文と過半数以上が定義されていない。定義している論文は、シュンペーターやドラッカーの著名な定義に依拠していると記載しているもの (Chrisman et al. 2015 ; De Massis et al. 2015 ; Dieguez-Soto et al. 2016) がある一方、以下は、個別で定義を行っている。「新しい商品やサービスの機会を生み出すことや既存のプロセスやシステムを改善すること」Sciascia et al. (2014)。「新しい商品や技術やシステムを考え、デザインし製造し、世に出すまでの一連の企業の活動」De Massis et al. (2013)。「利益や変化を目的として偶発的ではなく意図的なもの(行為)であり新規性を有しているもの」

Litz&Kleysen (2001)。「市場や技術、競合に適合するために重要な政策的決定」Craig & Dibrell (2006)。「新しいアイデア、内部プロセス、プロダクト、サービスの発生や採用や実行」Beck et al. (2011)。「個人や組織によってなされる新規性を帯びたアイデア、実践、目的の実行」Kammerlader et al. (2015)。「新しい知識やアイデアを生み出し、実行すること」Madison et al. (2020)。個別で定義されているものは、おおむねプロセス的な要素を表現しているものが多い。定義が成されていないのが過半数以上を占める中、定義されているイノベーションはプロセス面を対象としているという特徴がある。

また、イノベーションという用語を自明のものとして定義せずに、そのサブカテゴリーの議論を展開(拡大)している研究も存在している。例えば、プロダクトイノベーションとプロセスイノベーション (Craig & Moores 2006 ; Dieguez-Soto et al. 2016 ; Kammerlader et al. 2015), ラディカルイノベーションとインクリメンタルイノベーション (Block et al. 2013 ; Brinkerink 2018 ; Asaba & Wada 2019) など。

次に、研究方法について。先行研究をその研究方法に従って分類すると、定量分析が16論文、定性分析が4論文、その他(先行研究のメタ分析)が5論文となっている。特徴としては、まず定量分析が多いということ。多くは公開されている財務データ(2次データ)を元にした分析研究である。一方、範囲フレームとの相関から見ると、定性研究はプロセスに集中していることが分かる。この傾向は、動的かつ複雑な現象であるプロセスを分析するためには必然的な結果と言える。最後に、メタ分析が多いという点。20%の研究がメタ分析に依っているということは、実証研究の不足を先行研究の蓄積で補っていることかもしれない。

本節の小括をおこなう。範囲フレームで先行研究を整理した結果、インプット/アウトプット/プロセスの3つの範囲にほぼ均等に分散している。また、過半数以上の研究がそもそもイノベーションの定義が無しに議論が展開されている。本節ではこのように「自由闊達な」先行研究の状態が改めて認識できた。次節にて、先行研究の何かしらの傾向を探求するために「傾向」のフレームを用いる。

第3節 分析2：傾向フレーム。どのような傾向を有していると結論付けているのか

二つ目は、「どのような傾向を示しているのか」というものである。この部分こそが、混乱しているファミリービジネスとイノベーションの関連性の核心部分であり、本先行研究レビューの動機そのものでもある。

こちらのフレームはポジティブ/ネガティブ/ポジネガ3つに区分する。次に、フレームの用語の定義を行う。

ポジティブ：「ファミリービジネスはイノベーションに対してポジティブな特性を有している」

ネガティブ：「ファミリービジネスはイノベーションに対してネガティブな特性を有している」

ポジネガ：「状況に応じてポジティブ/ネガティブの両方がありうる」

なお本フレームは範囲フレームと組み合わせることによって、明晰な分析結果を得ることができる。

では、傾向フレームによって整理できた結果を三点挙げる。

まず一つ目。インプット範囲ではネガティブ議論が多く、アウトプット範囲ではポジティブ議論が多いという明確な傾向がみられたということ。インプット範囲は、ポジティブ：2論文/ネガティブ：7論文/ポジネガ：4論文。アウトプッ

ト範囲では、ポジティブ：9論文/ネガティブ：3論文/ポジネガ：2論文。最後に、プロセス範囲では、ポジティブ：5論文/ネガティブ：0論文/ポジネガ：5論文となっている。このことは単純化すると、「ファミリービジネスはイノベーションを生み出す前提には不利な性質を有しているが、結果としてイノベーションをよりよく生み出すことができる」ということになる。ここで、少し各研究者の立場を紹介する。

ネガティブ傾向のインプット範囲の代表的な見解は、「ファミリービジネスは、エージェンシー理論（社会情緒的資産要素もあり）によりリスク回避性向が強い。ファミリー特有の非経済的目的を保護してしまう」（Matzler et al. 2014；Block et al. 2013）。「特異的な経済的・非経済的ゴールのおかげで特異的なイノベーション戦略を採用する機会が多い。得てしてその戦略は非ファミリービジネスと比較するとイノベーションの程度が低い」（Chrisman et al. 2015）など。

一方、ポジティブ傾向のアウトプット範囲の代表的な見解は、「ファミリービジネス特有の経営資源（人的資源、関係資源、見えざる資源）やケイパビリティのおかげで効率よく結果を生み出すことができる」（Matzler et al. 2014）。またアウトプットとプロセスの両範囲を対象としているDuran et al. (2016)も「RBVの視点ではファミリービジネスは非ファミリービジネスと比較すると制約を有している。だからこそ資源オーケストレーションが重要である。企業固有の価値がある暗黙知の配置や外部ネットワークへのアクセス権の優位性などによってイノベーションを効率良く生み出すことができる」と同様の見解を述べている。

次に二つ目の結果。プロセス面の重要性和曖昧さである。前節でプロセス範囲の曖昧な取り扱いについて言及した。自ら意識的に対象としていな

いが、結果としてプロセス範囲を研究しているものが多いという事実は、潜在的にプロセスの重要性を表していると言える。しかしながら、曖昧さは傾向フレームでの分析にも影響を与えている。繰り返しになるが、先行研究は、インプット範囲ではネガティブ議論が多く、アウトプット範囲ではポジティブ議論が多い。このことはその間にあるプロセスがポジティブであるからこそ、結果であるアウトプットもポジティブになるということにつながる。このこと反映して、プロセス範囲では、ネガティブ傾向の論文は存在しなく、ポジティブ傾向は5論文となっている。

しかしながら、プロセス範囲では、「両方ありうる」というポジネガ傾向が5論文、またそもそもポジティブ/ネガティブの議論を行っていないものも4論文ある。プロセスの曖昧さ×複雑さがここにも見て取れる。ポジネガの場合、ファミリービジネス特有の独立変数によってその傾向が異なるという見解である。特有の変数とは、「世代」(Beck et al. 2011), 「オーナーシップの分散の程度」(Spriggs et al. 2012), 「社会情緒的資産 Socio-Emotional Wealth (の組み合わせ)」(Kosmidou & Ahuja 2019), 「知の共有状態」(Madison et al. 2020) などがある。

一方、曖昧な状態であるがプロセス範囲は重要視されている(され始めている)。この部分を掘り下げるために、各研究者がプロセスを重視する理由について取り上げる。ここに二つの潮流がある。一つ目は先行研究のインプットとアウトプットの傾向の違い、つまり「ファミリービジネスはイノベーションを生み出す前提には不利な性質を有しているが、結果としてイノベーションをよりよく生み出すことができる」という状況の解明を試みるために、プロセス範囲に「無意識に」焦点を当てているもの(Beck et al. 2011; Spriggs et al. 2012; Chrisman et al. 2015; Madison et al.

2020)。この相反する状況を Konig et al.(2013) は「ファミリーイノベーターのジレンマ」、Chrisman et al. (2015) は「能力と意欲のパラドクス」と表現している。

もう一方の潮流が「経営資源の活用という動的なプロセスを対象としてイノベーションのメカニズム」の解明を試みるもの。こちらはプロセス範囲に「意識的に」焦点を当てている。「経営資源はそれ単体では持続的な競争優位性を生み出すことができない。価値を生み出すように適切にマネジメントされて初めて意味がある。インプットとアウトプットを効率よくつなげるためにマネジメント能力としてダイナミックケイパビリティが重要」とした Duran et al. (2016) や「イノベーションに対して効率的な資源のオーケストレーションが重要である」とした De Massis et al. (2018) などがこの二番目の潮流である。一つ目がファミリービジネス研究からの潮流、二つ目がイノベーション研究からの潮流になるが、結論としてプロセス範囲が重要であるという見解は同様である。

本節の小括をおこなう。ポジティブ/ネガティブ/ポジネガの傾向フレームを構築して範囲フレームと組み合わせることによって先行研究を整理した結果、インプット範囲ではネガティブ議論が多く、アウトプット範囲ではポジティブ議論が多いという明確な傾向がみられた。そしてこの捻じれた状態を解明する為とイノベーションマネジメントの重要性から、プロセス範囲の研究に注目が注がれている。

第4節 分析3：経路依存フレーム。その研究はどの理論に端を発しているのか

三つ目は、イノベーション理論の変遷と研究領域に関連するフレームである。それぞれの研究者にとって依拠している理論が異なる。その依拠先

によって、ファミリービジネスとイノベーションの関係性の捉え方も異なるのは至極当然であろう。25論文を精読することによって代表的な理論としてエージェンシー理論、行動主義理論(Behavioral Theory)、経営資源論(RBV)の3つに分類することが妥当であるという結論に至った。さらにファミリービジネス研究特有の概念であるファミリー性(Familiness)と社会情緒的資産(Socio-Emotional Wealth)も組み込んで経路依存フレームを構築した。次に、フレームの定義と内容を示す。

エージェンシー理論：「所有と経営が一体化しているファミリービジネスではエージェンシー問題が発生しない。ただし、一体化ゆえに投資に対して「自己資産の損失」という意識が働く。結果、リスク回避傾向が強くなる。ファミリービジネスはイノベーションに対してネガティブな特性を有している」

行動主義理論(+SEW)：「ファミリービジネスを特異な組織的側面から捉えるのではなく、当事者の行動から捉える。ではオーナー&マネジャーはSEW保持のため組織的な状況を加味して決定や行動を実行する。よって、相反する行動が生じる場合もあり得る」

経営資源論(+Familiness)：「ファミリービジネスは“Familiness”“見えざる資産”というユニークな経営資源を有している。もしくは、経営資源を効率的に活用できる組織的能力を有しているためイノベーションのに対してポジティブな特性を有する」

では、経路依存フレームによって整理できた結果について述べる。ほとんどの研究が理論の複合で構成されているため、単純化はできないが傾向を述べることは可能である。エージェンシー理論ではインプット範囲が多く、傾向としてはネガ、「ファミリービジネスはイノベーションに対して

ネガティブである」というものである。また、ファミリービジネスというものを同質的なもの(homogeneity)として捉えている。

行動主義理論(+SEW)では、プロセス範囲が多く、ポジネガ傾向が多いと言える。こちらはファミリービジネスを異種混合なもの(heterogeneity)と捉え、ファミリービジネス内での差に対する議論が展開されている。

最後に、経営資源論(+Familiness)では、アウトプットとプロセス範囲が多く、ポジ傾向が多いと言える。こちらファミリービジネスを異種混合なものとしている。傾向フレームで「ファミリービジネスはイノベーションを生み出す前提には不利な性質を有しているが、結果としてイノベーションをよりよく生み出すことができる」という見解が主流であることを述べてきたが、この背景には特に経営資源論(+Familiness)が影響を与えている。ファミリービジネスは中小企業規模が多いため経営資源の制約がある。しかしながら、特異な経営資源によって、そのハンデキャップを克服することができる、というDe Massis et al. (2018)が代表的な立場である。

以上第Ⅲ章で叙述した「範囲」「傾向」「経路依存」の三つのフレームによる先行の整理を表1に示す。

第Ⅳ章：結論

今回、ファミリービジネスとイノベーションの先行研究に対して新たに「範囲」「傾向」「経路依存」の3つのフレームを開発してメタ分析を実施した。結果、両者の間の概念を整理することができた。本章と次章にて、現行の研究の課題と今後の進むべき道の提起を行う。

まず一つ目の結論。冒頭で先行研究の方向性と

表1：三つのフレームによる先行研究分類
(数字は対象論文数)

範囲	INPUT			プロセス			OUTPUT		
論文数	13			14			14		
	R&D(投資)			活動			特許(数)		
	リスク性向			資源オーケストレーション			経済的パフォーマンス		
	創業者の価値や信念			ダイナミックケイパビリティ			新商品・新サービス		
	政策						非連続技術(の採用)		
傾向	ポジ	ネガ	ポジネガ	ポジ	ネガ	ポジネガ	ポジ	ネガ	ポジネガ
	2	7	4	5	0	5	9	3	2
研究方法	定量 9			定量 6			定量 9		
	定性 1			定性 4			定性 1		
	その他 3			その他 5			その他 5		
依拠理論	Agency理論 3			Agency理論 0			Agency理論 0		
	行動主義理論(+SEW) 7			行動主義理論(+SEW) 9			行動主義理論(+SEW) 5		
	RBV (+Familiness) 2			RBV (+Familiness) 6			RBV (+Familiness) 6		

結論が多岐にわたっており、やや錯綜状態であることを述べたが、今回、フレームによる整理によって錯綜状態の背景を理解することができた。ファミリービジネスとイノベーションの研究の方向性の決定要素は、「イノベーションのインプット/アウトプット/プロセスのどの範囲に関する研究なのか」と「その研究はどの理論に背景を依拠しているのか」の二つの要素である。その組み合わせによって、「ファミリービジネスはイノベーションに対してポジティブ（ネガティブ、ポジネガ）な特性を有している」という傾向が決定される。この枠組みで捉えると範囲フレームと経路依存フレームが独立変数であり、傾向フレームが従属変数ということである。

次に二つ目の結論。今後の研究の展望を鑑みるとプロセス面が極めて重要であるということ。インプット範囲ではネガティブ議論が多く、アウトプット範囲ではポジティブ議論が多いという明確な傾向があることは第三章第3節で議論してきた。しかしながらこの傾向は、「現象の説明」「結果」であり、「なぜその結果が生じるのかというメカニズムや理由」を探求することが次のステップで必要になる。必然的にインプットとアウトプットの間にあるプロセス範囲に研究の焦点を当てることになる。この課題については、多くの研

究者によって意識的、無意識的に提起されているが、まだまだ発展途上だといえる。

第V章：今後の研究の方向性

最後に、結論を踏まえての今後の研究の方向性について述べる。本領域の研究をよりリッチなものにするためにはプロセス範囲の研究が必要不可欠である。このことは、実践的含意を得るためにもプロセス面、つまりイノベーションのマネジメント研究が必要ということにつながる。しかしながらプロセス面を理解するためには、仮説導出型の定量分析だけでは不足である。よって、「なぜその結果が生じるのか」の仮説を検証する為にも定性的実証研究の蓄積が急務として必要性を帯びてくる。

さらに、多くの研究がファミリービジネスという特異な組織下での「性質や文化」を議論している。しかしながら、特異な組織下で「イノベーションをいかにマネジメントするのか？」という議論は、今後さらに進めてゆく必要がある。「ファミリービジネスはイノベーション性向があるのかどうか」という問いではなく、「ファミリービジネスの中でいかにイノベーションがマネジメントされているのか」が重要だと考える。

ファミリービジネス特有の出来事（例えば、事業承継）に対して、どのような特異なイノベーションマネジメントが行われているのか、行動主義理論と経営資源論を組み合わせる研究が今後必要だと考える。

表2：フレームによる分類一覧

	範囲 / 傾向			依拠理論			研究方法
	インプット	プロセス	アウトプット	Agency理論	Behavioral理論 +SEW	RBV +Familiiness	
Litz&Kleysen(2001)		? / ポジ					定性分析 ケーススタディ
Craig & Moores (2006)			? / ポジ				定量分析 オーストラリア278企業のアンケート調査
Craig & Dibrell(2006)	企業の環境政策 / ポジ		経済的パフォーマンス / ポジ	○			定量分析 391企業のメールサーベイ
Naldi et al.(2007)	リスク性向 / ネガ		経済的パフォーマンス / ネガ	○			定量分析 スウェーデン中小企業889社 アンケート調査
Beck et al.(2011)		世代 / ポジ(創業者) ネガ(後継世代)			○		定量分析(回帰分析) ベルギーとオランダの中小企業154社 メールサーベイとインタビュー
Chrisman& Patel(2012)	R&D投資 / ポジネガ				○		定量分析 アメリカ964製造業の財務分析
Spriggs et al.(2012)			経済的パフォーマンス / ネガ			○	定量分析 アンケート(2次資料)の回帰分析
Block et al.(2013)	R&D支出 / ネガ		特許の引用数 / ネガ		○		定量分析 2次資料
Korrig et al.(2013)		言及はないが途中のプロセスも含んでいる	非連続技術 / ポジ		○	○	先行研究と実証研究のメタ分析
De Massis et al. (2013)	R&D投資 / ネガ	activities / ポジネガ	特許数商品やサービスの数と幅 / ポジネガ	○	○	○	先行研究メタ分析 215論文
Sciascia et al.(2014)	R&D投資 / ポジネガ				○		定量分析 イタリア 中小企業240社 財務DataとCEOアンケート
Matzler et al.(2015)	R&D投資 / ネガ		特許のような知的財産権 / ポジ	○		○	定量分析 ドイツ 財務Data
Kraczy et al.(2015)	リスク性向 / ポジネガ		新商品のポートフォリオ / ポジネガ		○		定量分析 ドイツ中小企業114社製造業 のデータベース情報とCEOへのインタ
De Massis et al. (2015)		プログラクイ / ベージョンのプロセス / ポジネガ				○	定性分析 イタリア中小企業10社(FB5社 NFB5社) 多元的ケーススタディ
Chrisman et al.(2015)	R&D投資 / ネガ	? / ポジ	? / ポジ		○	○	先行研究メタ分析
Kammerlader et al.(2015)	創業者の価値や信念 / ポジネガ				○	○	定性分析 複数のケーススタディ イタリア、サルディニア地方のワイナ
De Massis et al.(2016)		プログラクイ / ベージョンのプロセス / ポジネガ			○	○	定性分析 製造業中小企業15社 インタビューを元 の多元的ケーススタディ
Duran et al.(2016)	投資 / ネガ	ダイナミックケイ / ビリティの程度 / ポジ	特許・新商品数 / ポジ			○	・108の先行研究の内容をMASEM手法 という一種のメタ分析
Covin et al.(2016)		? / ポジネガ			○	○	定量分析 1671社
Dieguez-Soto et al.(2016)	売上高R&D支出 / ネガ		経済的パフォーマンス / ポジ		○	○	定量分析 スペイン 551社の中小企業の製造業
De Massis et al.(2018)		資源オーケストレーション / ポジ	? / ポジ			○	ドイツのミッテルシュタットをテーマにした 先行研究のメタ分析とインタビュー 記事の 2次dataとインタビュー
Brinkerink(2018)					○		定量分析 オランダの346社の中小製造業
Kosmidou & Ahuja(2019)		言及はないが途中のプロセスも含んでいる			○		定量分析 Fuzzy-SET質的比較分析 アメリカ 277社のアンケート調査
Asaba & Wada(2019)	R&D投資 / ポジ		特許引用数 / ポジ		○		定量分析 FBとNFBの比較 日本の製薬会社 46社
Madison et al.(2020)		? / ポジネガ			○		定量分析 1015社のサーベイ調査

参考文献

- Asaba, S. & Wada, T. (2019). The Contact-Hitting R&D Strategy of Family Firms in the Japanese Pharmaceutical Industry. *Family Business Review*, 32 (3): 277-295.
- Beck, L., Janssens, W., Debruyne, M., & Lommelen, T. (2011). A Study of the Relationships Between Generation, Market Orientation, and Innovation in Family Firms. *Family Business Review*, 24 (3): 252-272.
- Block, J., Miller, D., Jaskierwicz, P., & Spiegel, F. (2013). Economic and Technological Importance of Innovations in Large Family and Founder Firms: An Analysis of Patent Data. *Family Business Review*, 26 (2): 180-199.
- Brinkerink, J. (2018). Broad Search, Deep Search, and the Absorptive Capacity Performance of Family and Nonfamily Firm R&D. *Family Business Review*, 31 (3): 295-317.
- Chrisman, J. J., Chua, J. H., De Massis, A., Frattini, A., & Wright, M. (2015). The ability and willingness paradox in family firm innovation. *Journal of Product and Innovation Management*, 32 (3): 310-318.
- Chrisman, J. J. & Patel, P. J. (2012). Variations in R&D investments of family and non-family firms: Behavioral agency and myopic loss aversion perspectives. *Academy of Management Journal*, 55 (4): 976-997.
- Covin, J. G., Eggers, F., Kraus, S., Cheng, C. & Chang, M. (2016). Marketing-related resources and radical innovativeness in family and non-family firms A configurational approach. *Journal of Business Research*, 69 (12): 5620-5627.
- Craig, J. & Dibrell, C. (2006). The Natural Environment, Innovation, and Firm Performance: A Comparative Study. *Family Business Review*, 19 (4): 275-288.
- Craig, J. B. L. & Moores, K. (2006). A 10-Year Longitudinal Investigation of Strategy, Systems, and Environment on Innovation in Family Firms. *Family Business Review*, 19 (1): 1-10.
- De Massis, A., Audretsch, D., Uhlaner, L. & Kammerlander, N. F. (2018). Innovation with Limited Resources: Management Lessons from the German Mittelstand. *Journal of Product and Innovation Management*, 35 (1): 125-146.
- De Massis, A., Frattini, F., & Lichtenthaler, U. (2013). Research on Technological Innovation in Family Firms: Present Debates and Future Directions. *Family Business Review*, 26 (1): 10-31.
- De Massis, A., Frattini, F., Pizzurno, E., & Cassia, L. (2015). Product innovation in family versus nonfamily firms: An exploratory analysis. *Journal of Small Business Management*, 53 (1): 1-36.
- De Massis, A., Kotlar, J., Frattini, F., Chrisman, J. J. & Nordqvist, M. (2016). Family Governance at Work: Organizing for New Product Development in Family SMEs. *Family Business Review*, 29 (2): 189-213.
- Dieguez-Soto, J., Manzaneque, M., & Rojo-Ramirez, A. A. (2016). Technological Innovation Inputs, Outputs, and Performance: The Moderating Role of Family Involvement in Management. *Family Business Review*, 29 (3): 327-346.
- Drucker, P. F. 『イノベーションと企業家精神』 (Drucker, P. F. 1985. *Innovation and Entrepreneurship*: HaperCollins Publishers) 上田博生 [訳], ダイアモンド社, 2014年
- Duran, P., Kammerlander, N., M. van Essen, and Zellweger, T. (2016). Doing more with less: Innovation input and output in family firms. *Academy of Management Journal*, 59 (4): 1224-1264.
- Kammerlander, N., Dessi, C., Bird, M., Floris, M., & Murru, A. (2015). The Impact of Shared Stories on Family Firm Innovation: A Multicase Study. *Family Business Review*, 28 (4): 332-354.
- Konig, A., Kammerlander, N., & Enders, A. (2013). The family innovator's dilemma: How family influence affects the adoption of discontinuous technologies by incumbent firms. *Academy of Management Review*, 38 (3): 418-441.
- Kosmidou, V., & Ahuja, M. A. (2019). A Configurational Approach to Family Firm Innovation. *Family Business Review*, 32 (2): 154-173.
- Kraczy, N. D., Hack, A. & Kellermanns, F. W. (2015). What makes a family firm innovative? CEO risk-taking propensity and the organizational context of family firms. *Journal of Product and Innovation Management*, 32 (3): 334-348.
- Litz, R. A., & Kleysen, R. F. (2001). Your Old Men Shall Dream Dreams, Your Young Men Shall See Visions: Toward a Theory of Family Firm Innovation with Help from the Brubeck Family. *Family Business Review*, 14 (4): 335-352.
- Madison, K., & Daspit, J. J., & Marett, E. G. (2021). Does Knowing "Who Knows What" Matter for Family Firm Innovation? Insights From Transactive Memory System Theory. *Family Business Review*, 34 (2): 168-192.
- Matzler, K., Veider, V., Hautz, J., & Stadler, C. (2015). The impact of family ownership, management, and governance on innovation. *Journal of Product and Innovation Management*, 32 (3): 319-333.
- Naldi, L., Nordqvist, M., Sjoberg, K. & Wikiund, J. (2007). Entrepreneurial orientation, risk taking, and performance in family firms. *Family Business Review*, 20 (1): 33-47.
- Schumpeter, J. A. 『経済発展の理論 (初版)』 (Schumpeter, J. A. 1912. *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*: Leipzig) 八木紀一郎・荒木詳二 [訳], 日経BP社, 2020年
- Sciascia, S., Nordqvist, M., Mazzola, P. & De Massis, A. (2014). Family ownership and R&D intensity in small- and medium-sized firms. *Journal of Product and Innovation Management*, 32 (3): 349-360.
- Spriggs, M., Yu, A., Deeds, D., & Sorenson, R. L. (2013). Too Many Cooks in the Kitchen: Innovative Capacity, Collaborative Network Orientation, and Performance in Small Family Businesses. *Family Business Review*, 26 (1): 32-50.