

ファミリー企業の伝統とイノベーションの相互作用における企業家的レガシーの役割
～司牡丹酒造株式会社の事例研究～

1230458 駒走元哉

指導教員 石谷康人

研究背景

ファミリー企業にとって、伝統とイノベーションの両方が長期的存続と後継世代の発展に寄与している。しかし、伝統を守るとイノベーションを起こすことが難しくなり、イノベーションを起こすと伝統を損なう可能性がある。それだけでなく、多くのファミリー企業にとって、世代を超えてアントレプレナーシップを育むことは難しい。

研究目的

本研究では、単一の事例研究を通じて、世代を超えたアントレプレナーシップにおける「伝統とイノベーションの相互作用のプロセスおよびメカニズム」と「企業家的レガシーの利用方法」について検討し、両者の関係性に関する仮説を導出することにした。

研究方法

高知県に本社と製造拠点を置く司牡丹酒造株式会社の事例研究を実施した。その際に、現経営者の竹村昭彦に対してインタビュー調査を実施し、同社の酒造施設を見学して一次情報を収集した。また、同社の公開資料や専門誌の記事を二次情報として収集して用いた。

分析結果

竹村昭彦は、品質至上主義の伝統をもとに、永田農法による山田錦の栽培と醸造工程の機械化のイノベーションに成功した。その際に、同社の歴史物語としての企業家的レガシーが、①先代のアントレプレナーシップからの感化、②自身のアントレプレナーシップの醸成、③イノベーションの動機づけなどの役割を果たした。昭彦は、さらに、自身のイノベーション・プロセスも企業家的レガシーに加えつつ、それをを用いて製品ラインナップの充実というイノベーションを達成した。さらに、酒道黒金流を創設して伝統も強化した。

考察・結論

後継世代は、企業家的レガシーを構築するだけでなく、それをもとに自らのアントレプレナーシップを醸成してイノベーションを起こすことができる。さらに、その成果をもとに企業家的レガシーを再構築して、さらなるイノベーションを実践するとともに、ファミリーアントレプレナーとして伝統の強化・再構築に取り組むことが可能となる。したがって、企業家的レガシーは、世代を超えたアントレプレナーによる伝統とイノベーションに相互作用をもたらす媒介手段になりうる。