



OVER20
& Company.

イノベーティブな個人の集まり

Take Aways!

- 開放性が高い個人は創造的、革新的活動で自分の強みを活かす！
- anyにはイノベーティブな人材が集まっている！
- anyの特徴は、創造的で活発だが、同時に協調的な個人が多いこと！

サービスに関する独自調査

2023/12

©2023 OVER20&Company,Inc. All rights reserved.



株式会社 OVER20 & Company . 〒105-6027 東京都港区虎ノ門4丁目 3-1 城山トラストタワー 27 階
contact@over20-company.com <http://www.over20-company.com>

目次

はじめに

性格の測定

分析結果

この結果は私たちに何を教えてくれるのか

次なるステップ：指標開発

執筆者：OVER20 INITIATIVE OCEAN

研究室長 宮澤 優輝

イノベーティブな個人の集まり

©2023 OVER20&Company, Inc. All rights reserved.



はじめに

$B = F(P, E)$ という式を見たことがあるだろうか。これは、「社会心理学の父」とも呼ばれることのあるクルト・レヴィンが遺した定式である¹。人間の行動（Behavior）は、性格（Personality）と環境（Environment）に規定されるとするこの定式からは、多様な議論を展開することが可能であろう。

現に、自らが属する環境や、自らの性格に対する私達の関心はいつも高い。世の中では様々な性格診断が流行っており、私達は何らかの問題に直面するとしばしば環境を変えることでそれを解決できると考える。今回特に性格特性に着目した議論を展開するが、例えば16 Personalities（16パーソナリティ；MBTI）が日本では度々利用されており、自分がやるべきことやできることを明確にし不確実性を減らすことや、有名人や多くの人が使っているという話題性のため、流行しているとも考えられる。もともと、性格に基いても、環境に基いても、インターネットなどに散見される多くのアドバイスや指針は必ずしも根拠のあるものとはなっていない。

このような関心に基づいて、心躍る多様な診断や議論に思考を巡らせる前に立ち止まって考えなければならないのが、そもそも性格とは何であるかということである。私達が日常生活で性格と呼ぶものは、しばしば行動や思考の傾向を生み出す原因のことである。「よく話す傾向にある」「物事をネガティブに考える傾向がある」というような傾向を発見し、その傾向を生み出しているのが性格と考えることが多いのではないだろうか。つまり、行動や思考から遡って、性格というものを逆算しているのである。

これを踏まえれば、性格は個人に宿っているが物理的な形をもたない¹「原因」の集合のようなものではないだろうか。そして形をもたないため、性格を「見る」には可視化する装置が必要とされる。この装置が日常においては行動や思考パターン、あるいは外見の傾向であり、心理学研究では性格尺度となる。

¹ ニューロサイエンス等の発展より、ある意味では物理的形のあるものとなるとして認識されるようになるかもしれないが。

イノベーティブな個人の集まり

©2023 OVER20&Company, Inc. All rights reserved.

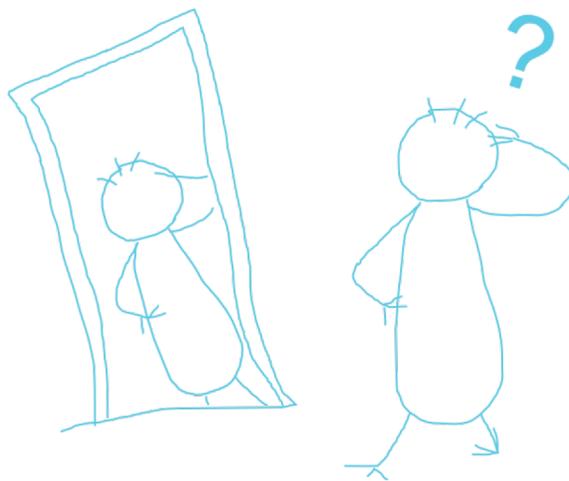


私達はこのような装置を通じてしか性格を見ることができないため、性格を可視化する装置そのものが性格の構造を決定づけている。つまり、外見ベースで性格を可視化しようとするれば、性格に含まれるのは外見から推測できる特性に限定され、言動から可視化しようとしても「この人はネガティブなのか、ポジティブなのか」というように言動を分析すれば、性格というものはネガティブなものやポジティブなものに分類できるという構造を想定することとなる。

このように性格を可視化する装置は、ごく身近に多数存在するが、その装置の精度は大きなバラツキがある。例えば、外見を装置として性格を考えても多くは理解できず、理解したつもりになったとしても、そこには大きなバイアスが存在するだろう。

以上の議論を踏まえて、どのような装置を使うのが適切かをよく検討し、後に説明するビッグ・ファイブ・モデルを用いることとした。既存の心理学研究でその信頼性や妥当性がよく検討されているためである。また、多くの研究において尺度として用いられるため、多様な既存研究と関連付けて議論ができることもビッグ・ファイブ・モデルを用いる理由であるⁱⁱ。多様な議論の中でも、多くの企業がイノベーションを引き起こせる個人を希求している現状を踏まえ、ここでは特に個人の創造性やイノベティブネスなどに着目する。

以下では、ビッグ・ファイブ・モデルの概要を説明し、anyに集まっている個人がどのような性格特性を有しているかのデータを提示し、その性格特性を有していることが創造性やイノベティブネスと言う観点で何を意味しているかを議論する。



イノベティブな個人の集まり

©2023 OVER20&Company, Inc. All rights reserved.



性格の測定

そもそも性格とは何であるのか。アメリカ心理学界の定義にのっとれば、性格 (Personality) とは以下のように定義されている。

“the enduring configuration of characteristics and behavior that comprises an individual’s unique adjustment to life, including major traits, interests, drives, values, self-concept, abilities, and emotional patterns.”
—American Psychology Associationⁱⁱ

“個々人独自の特性、興味、動機、価値観、自己像、能力、感情の傾向を左右する、持続的に個人に内在する行動と特徴の構成物”
—American Psychology Association、筆者意識

性格を測定する手段には心理学研究で用いられるものも、インターネット上にあるエンターテインメントなどのためのものも、多くのものが存在する。ここでは、前述の通り、ビッグ・ファイブ・モデルを用いる。

ビッグ・ファイブ・モデルでは性格を5つの次元から捉える。第一に外向性であり、積極的 (assertive) 、エネルギーシユ、そして社交的な行動に特徴づけられる。第二に協調性であり、共感し気遣うような行動に特徴づけられる。第三に誠実性であり、責任感や計画性、勤勉性に特徴づけられる。第四に神経症傾向であり、感情の不安定性や怒りっぽさに特徴づけられる。第五に開放性であり、好奇心や探究心に特徴づけられる。

ビッグ・ファイブ・モデルというレンズを通じて可視化する性格は、組織や個人にとって重要な情報である。実際に、ビッグ・ファイブ・モデルの既存研究は、多様な変数と性格の関係性について示唆をもたらしてきた。例えば、一見組織の環境に大きく依存するとも考えられる従業員満足度さえ、感情安定性と外向性、場合によっては誠実性に一定の影響を受ける可能性があるⁱⁱⁱと指摘されている^{iv}。他にも、モチベーションに誠実性が正の影響を及ぼし、神経症傾向が負の影響を及ぼすことも示されている^v。

このような研究の中でも、本レポートではビッグ・ファイブ・モデルと個人の革新性 (具体的には創造性、イノベティブネス、企業家的特性²) に目を向けて既存研究の知見の一部を整理する。

2 起業家ではなく企業家としているのは、Entrepreneurという言葉が必ずしも法人を設立した個人のみを指すのではないことを踏まえ、「起こす」ではなく「企む」を意味する企業家という訳語を当てている。この議論は「一橋大学イノベーション研究センター、(2017) . イノベーション・マネジメント入門 (第2版) . 日経BPマーケティング」を参照されたい。

イノベティブな個人の集まり

©2023 OVER20&Company, Inc. All rights reserved.



分析結果

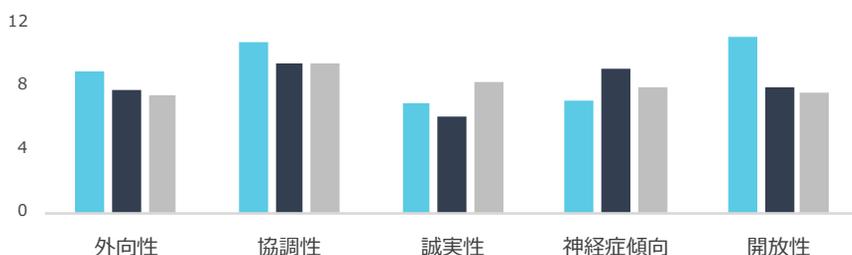
測定尺度

ビッグ・ファイブ・モデルの5つの次元を計測する手段は数多く存在するが、本稿では回答負担による回答の忠実度低下の影響を考慮し、小塩, 阿部, & カトローニ (2012)^{vi}の10の質問項目でビッグ・ファイブを計測するTIPI-Jを用いる。これは、Gosling, Rentfrow, & Swann (2003)^{vii}によって開発された10の質問項目から構成されるTIPIを日本語の訳した者であり、小塩, 阿部, & カトローニ (2012)はその信頼性や妥当性を統計的に検討し、当然ながら完璧ではないものの、一定の信頼性や妥当性を有していると結論づけている。

測定結果

any登録者のビッグ・ファイブを計測し、既存研究における数値と比較することで、any登録者と日本の大学生一般、そして前年代を含む日本人一般^{viii}とを比較している。図から分かる通り、any登録者は開放性（好奇心や探究心が特徴）が著しく高く、外向性（活発性や社交性が特徴）と協調性（共感や気遣いが特徴）もある程度他よりも高い。なお、神経症傾向が低いのは、感情の安定性が高いことを意味する。そして、誠実性（計画性や責任感が特徴）が日本人一般より低いのは、年齢が高まるにつれ誠実性が高まるのが原因だと考えられ、それでもなお大学生一般より高い誠実性が見られる。

図表 ビッグファイブ・パーソナリティ（14点満点）：any登録者とその他の比較
■ any 登録者 ■ 日本の大学生一般（小塩,阿部 & カトローニ, 2012） ■ 日本人一般（鷹坂 & 山田, 2019）



イノベーティブな個人の集まり

©2023 OVER20&Company, Inc. All rights reserved.



この結果は私たちに何を 教えてくれるのか

さて、開放性が著しく高い個人や、外向性と協調性がある程度高い個人がいることは何を意味するのだろうか。以下では、この特性の示唆を検討する。

まず、開放性が創造性（Creativity）において重要であることは、既存研究で幾度となく指摘されてきたことである。例えば、Silvia, Nusbaum, Berg, Martin, & O'Connor (2009) ※は、開放性が創造性にとって重要であることを定量的に検証している。また、Tan, Lau, Kung, & Kailsan (2016) ※は、開放性が創造性に寄与するメカニズムをより詳細に検討している。その結果、開放性が個人の内発的動機付けに正の影響を及ぼし、その内発的動機付けが転じて創造性を高めるというメカニズムを示している。以上より、開放性が高い個人が多いanyには創造的な個人が集まっている可能性が高いことが分かるだろう。

次に、開放性は起業意図（Entrepreneurial Intention）や起業パフォーマンス（Entrepreneurial Performance）にも影響を及ぼすとされている。Zhao, Seibert, & Lumpkin (2010) ※は、経営学領域における主要なジャーナルの一つである*Journal of Management (JOM)* に示唆深い研究を投稿している。

この研究では、先行研究のメタ分析、つまり既存研究の発見事実を総合し定量的に分析することで先行研究からどのようなことが言えるかの検討を通じて、ビッグ・ファイブが起業意図や起業パフォーマンスに及ぼす影響を及ぼすかを検証している。なお、ここで言う起業意図とは、表明された起業家になる意図を指し、起業パフォーマンスは設立された企業の成長や生存を指す。分析の結果、起業意図に関して、ビッグ・ファイブと同時に検証されていたリスクを取る傾向を示す性格特性（Risk Propensity）が最も大きな影響を及ぼすと結論づけられたものの、ビッグ・ファイブの中では開放性が最も大きな影響を及ぼすことが示された。また、起業パフォーマンスに関しては、リスクを取る傾向も含めたとしても、開放性が最も大きな影響を及ぼすことが発見された。そのため、any登録者には起業意図が高い個人、さらにパフォーマンスの高い起業を実現する能力を有している個人が多いことがわかるだろう。

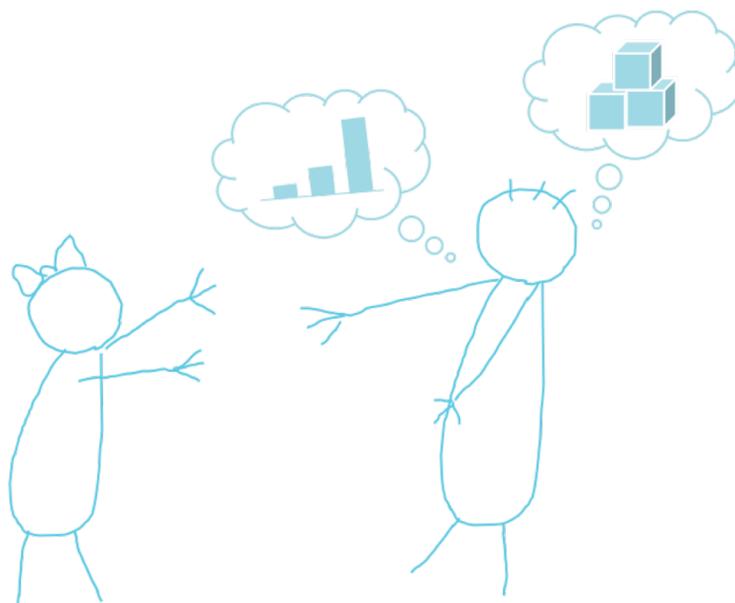
イノベーティブな個人の集まり

©2023 OVER20&Company, Inc. All rights reserved.



最後に、個人のイノベティブネスに関しても、開放性や外向性は重要な特性であると考えられる。イノベティブネスは「イノベーションを取り入れるのが他者と比較してどれほど早いか」として定義でき（Rogers & Shoemaker, 1971）^{xii}、顧客として新しい事柄を利用し始めることだけでなく、組織において外部の知識を探索する傾向と関連させて議論されている^{xiii}。Ali（2019）^{xiv}はイノベティブネスをより一般的に、新しいアイデアや発明、物事の行い方にいかに関人が反応するか、そしていかに挑戦を受け入れ、独自のアイデアを生成し、状況に応じた柔軟な対応を行う傾向に関連する特性として定義した上でビッグ・ファイブとの関係性を検証している。検証の結果、ビッグ・ファイブの中で、開放性が個人のイノベティブネスに最も強く影響を及ぼし、外向性がその次に強い影響を及ぼすことが確認された。

なお、協調性は上で紹介した項目にあまり影響を及ぼさないとされているが、開放的であり、外向的である個人が、同時に協調的でもあるということはany登録者の一つの特徴かもしれない。すなわち、創造性を発揮し新しい事柄をひたすら推進するだけでなく、同時に他者の存在を考慮することができるということである。



イノベティブな個人の集まり

©2023 OVER20&Company, Inc. All rights reserved.



次なるステップ：指標開発

以上よりany登録者には創造性や起業意図、イノベティブネスが高く、また起業した際には高いパフォーマンスを発揮できるような個人が多いことが示唆された。このようなビッグ・ファイブ・モデルを通じた分析は確かに我々により多くの示唆をもたらしてくれる。

しかしながら、このような性格モデルにはいくつかの欠点も存在する。ビッグ・ファイブ・モデルはあまりに一般的であるため、特定のゴールや従属変数を考えたときに、より具体的で狭い性格特性の方が説明力が高くなるということが一部では指摘されている^{xv}。そのため、特定のゴールを想定したときには、より具体的な指標を用いることで、そのゴールに寄与する特性を個人が持つことができているかを正確に測ることができるようになる。これは、個人の内面の変化をサービスとして提供する主体にとっては、ある種のKPIとして用いることもできるだろう。

そこで、次なるステップとしては、我々が志向する社会に貢献できる個人特性を概念化し、分析可能な指標に落とし込むことである。このような指標開発を通じて、第一に我々がゴールに向けて前進できているかを知ることができ、よりよい社会のために必要なサービスにむけて改善を続けることが可能となる。第二に、指標内容に関連する情報を個人に提供することで、自らの特性や強みをいかに活かすことができるかの根拠あるヒントをもたらすことができるだろう。これは、信頼性や妥当性が低いパーソナリティ診断が流布する社会の中では、特に重要であろう。

イノベティブな個人の集まり

©2023 OVER20&Company, Inc. All rights reserved.



- i. 例えば、『図説 現代心理学入門』を参照されたい。
- ii. 例えば最近の研究でも、Moeller, Moeller, & Goethner (2019) は「ビッグ・ファイブ・アプローチが主要で最も妥当性が検証された性格に特性アプローチであることを踏まえ、ビッグ・ファイブに着目することで性格特性と情熱の関係性を検討する (Given that the five-factor model (Big Five approach) is the leading and best-validated trait approach to personality (John and Srivastava, 1999; McCrae and Costa, 2008), we examine the link between personality traits and passion by focusing on this Big Five level)」と言及している。(Obschonka, M., Moeller, J., & Goethner, M. (2019). Entrepreneurial passion and personality: The case of academic entrepreneurship. *Frontiers in Psychology*, 9, 2697.)
- iii. APA Dictionary of Psychology, <https://dictionary.apa.org/personality>
- iv. Judge, T. A., Heller, D., & Mount, M. K. (2002). Five-factor model of personality and job satisfaction: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 530-541.
- v. Judge, T. A., & Ilies, R. (2002). Relationship of personality to performance motivation: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 797-807.
- vi. 小塩・阿部・カトロー二 (2012) . 日本語版Ten Item Personality Inventory (TIPI-J) 作成の試み. パーソナリティ研究, 21(1), 40-52.
- vii. Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., & Swann, W. B., Jr. (2003). A very brief measure of the big five personality domains. *Journal of Research in Personality*, 37, 504-528.
- viii. 鷹阪・山田 (2019) . 公募型Web調査におけるTIPI-Jの利用可能性の検討. 社会心理学研究, 35(1), 19-27.
- ix. Silvia, P. J., Nusbaum, E. C., Berg, C., Martin, C., & O'Connor, A. (2009) . Openness to experience, plasticity, and creativity: Exploring lower-order, high-order, and interactive effects. *Journal of Research in Personality*, 43(6), 1087-1090.
- x. Tan, C. S., Lau, X. S., Kung, Y. T., & Kailsan, R. (2016) . Openness to experience enhances creativity: The mediating role of intrinsic motivation and the creative process engagement. *The Journal of Creative Behavior*, 53(1), 109-119.
- xi. Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381-404.
- xii. Rogers, E.M., & Shoemaker, F. F. (1971) . *Communication of innovations: A cross-cultural approach*. 2nd Edition, The Free Press, New York.
- xiii. この議論の整理はAli (2019) に依拠している。
- xiv. Ali, I. (2019) . Personality traits, individual innovativeness and satisfaction with life. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4, 38-46.
- xv. E.g. Schneider, R. J., Hough, L. M., & Dunnette, M. D. (1996) . Broad-sided by broad traits: How to sink science in five dimensions or less. *Journal of Organizational Behavior*, 17(6), 639-655.

イノベーティブな個人の集まり

©2023 OVER20&Company, Inc. All rights reserved.

