

# 成功者の「根拠のない自信」

——成功におけるその役割と性格——

佐 藤 善 信  
辻 村 謙 一  
中 村 嘉 雄

## 要 旨

本論文は孫正義の「最初にあったのは、夢とそして根拠のない自信だけ。そこからすべてが始まった。」という言葉に触発され、「根拠のない自信」がいかに優れた成果を達成するのかを2名の企業家のケースを通じて考察するものである。考察の結果、「根拠のない自信」は、夢（目標）の達成にむけた具体的なポシブル・セルフ観、レジリエンス、ブリコラージュとエフェクチュエーションの概念と密接に関連することが発見された。具体的なポシブル・セルフ観もまたブリコラージュ的に形成されることが明らかになり、それが「根拠のない自信」を「根拠のある自信」、つまり「根拠のない自信」に対する自己効力感の形成につながることも明らかにされた。

## I は じ め に

「根拠のない自信」という言葉は日常でよく聞かれるフレーズの1つである。例えば、ソフトバンクの創業者である孫正義の「最初にあったのは、夢とそして根拠のない自信だけ。そこからすべてが始まった。」という言葉はあまりにも有名である。「人とは違う道に進んでも根拠のない自信を持ち続けた」と言うのは東京大学の柳川範之教授である。柳川は中学卒業後、父親の海外転勤にともないブラジルへ移住し、そこでは高校に行かずに独学生活を送った。その後、柳川は大検を受け慶應義塾大学経済学部通信教育課程へ入学し、最終的には東京大学大学院経済学研究科博士課程を修了した（柳川、山口2016）。

本田圭佑選手も2014年のブラジルワールドカップに際して、平常心を保てるのは2つの自信があるからだと言っている。すなわち、「1つは根拠のある自信。これだけ自分はやってきたという自負。それは、このチームにはある。でも、もう1つ、根拠のない自信もある。天性のものだと思うんだけど、なぜ、そんなに自信があるのかわからない、自分に対

して自分自身でも驚くほどの自信を持った選手が、大きな成果を上げるためには、チームに1人、2人、必要だと僕は考えている」(中川 2014, p. 13) と。

逆に、「根拠のない不安」を口にする人もいる。例えば、15歳の中学生は、「有名大学に入っても就職は確約されず、就職しても過労自殺する新入社員がいます。親の仕事の愚痴も聞きます。目の前の勉強に違和感をおぼえるのは、根拠のない自信より『根拠のある不安』が強いからです」(田村 2017, p. 14) と言う。

根拠のない自信は、夢の成功とどのように結びついているのだろうか。また、どのような場合に、根拠のない自信は夢を実現させないのだろうか。根拠のある自信と根拠のない自信とは、どのように異なるのだろうか。根拠のない不安はなぜ発生するのだろうか。本稿の目的は、これらのリサーチ・クエスチョンを明らかにすることにある。

以下、第Ⅱ節では、根拠のない自信に関連した先行研究を概観する。第Ⅲ節においては、根拠のない自信をベースにして成果を上げ続けている2名の企業家のケースを紹介する。第Ⅳ節では、その2名の企業家のケースをベースにして、根拠のない自信が活動と成果のレベルを進化させるメカニズムが理論的に説明される。第Ⅴ節では、本研究の意義と今後の研究の方向性が説明される。

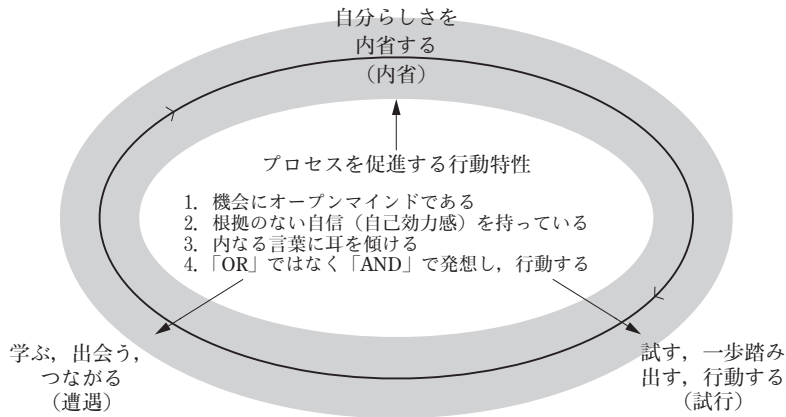
## Ⅱ 先行研究のレビュー

「根拠のない自信」という言葉は、「民間療法」的な言説として良く取り上げられるフレーズである。それは良い意味でも悪い意味でも使用される。本研究のために、筆者たちはインターネットでそのフレーズのウェブ検索を行ったが、いずれのページもエッセイ的な「民間療法的言説」であり、理論的にまとまった説明はほとんど存在しなかった。比較的まとまったページは、Branding Engineer (2020) くらいであった。本節では、根拠のない自信と成果との関係を論じた先行研究として以下の2点を取り上げる。

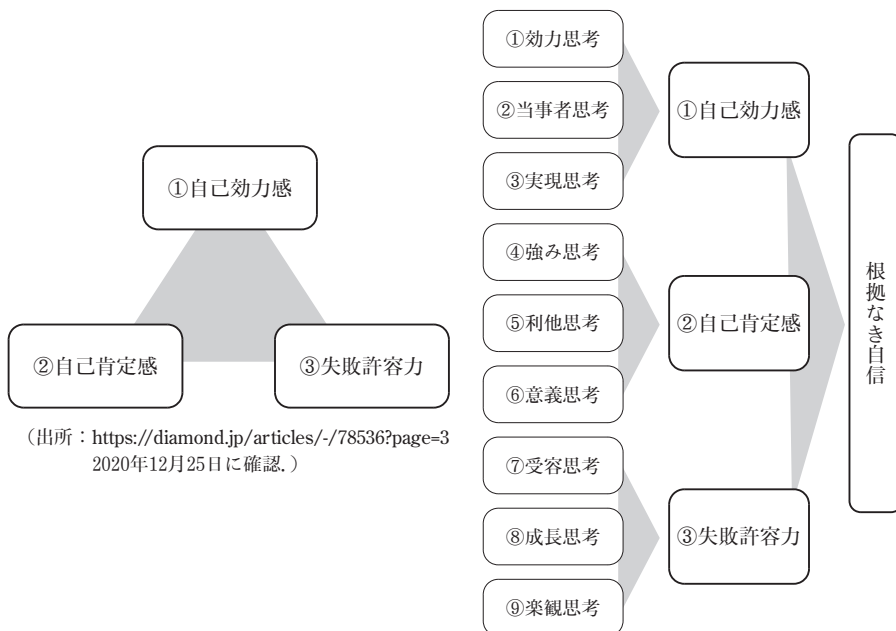
1つは長谷川 (2019) である。この研究は、キャリア・トランジションに成功した20名にインタビューを行い、その結果を図1のようにまとめている。長谷川が対象としたキャリア・トランジションの具体的定義は、(異業界異業務への) 転職、社内移動、(異業界での) 起業・独立、(異業務の) 兼業・副業である。

長谷川 (2019) の研究では、「根拠のない自信」はキャリア・トランジションの重要な成功要因の1つとして抽出されている。長谷川 (2019, p. 65) では次のように説明されている。「キャリア・シフトした対象者は、根拠のない自信を持っている。『なんかできそうな気がした。根拠はないけど…』、このフレーズはインタビュー中何度も聞いた。根拠のない自信は最頻出ワードである」と。ただ、長谷川の研究では、根拠のない自信と自己

図1 キャリア・シフト 3つのプロセスと4つの行動特性



(出所：長谷川 2019, p 65.)

図2 根拠なき自信の3つの構成要素（左図）と  
根拠なき自信を涵養するための要素（右図）(出所：https://diamond.jp/articles/-/78536?page=3  
2020年12月25日に確認。)(出所：https://diamond.jp/articles/-/78536?page=4  
2020年12月25日に確認。)

効力感とはイコールの関係として位置づけられている。後に説明するが、この位置づけは問題である。

もう1つは久世（2015）の研究である。久世の研究成果は図2に示されている。

図2は、一見、概念間の関係が整然とまとまっているように思われるが、しっかりとこない項目がいくつか存在する。例えば、なぜ自己効力感、自己肯定感、失敗許容力が根拠なき自信の構成要素であると考えられるのか、これら3つの構成要素間の関係はどのようなになっているのか、などがそうである。そのように感じる原因は、関連した先行研究との理論的概念整理が十分になされていないからである。結論的に言えば、本稿の筆者たちは「根拠のない自信」はレジリエンス、ポジブル・セルフ像、そしてブリコラージュといった概念と密接に関連している日常概念であると考えている。

### Ⅲ 2名の企業家のケースの紹介

以下では、本研究のリサーチ・クエスションを明らかにするために、「根拠のない自信」を拠り所に事業を成功裡に展開してきている2名の企業家を取り上げる。1名は、アサヒ精版印刷の三代目の社長である築山万里子である。もう1名は、アイボリーという会社を創業した武内祐人である。まず、築山万里子のケースを紹介する。

#### 1 アサヒ精版株式会社の築山万里子のケース

アサヒ精版の三代目社長の築山万里子は短大の英語科を卒業し、服飾デザインの事務所に就職した。スタイリストになりたくて昼間働き、夜は服飾の専門学校に通う日々であった。彼女は、そこで3年間働き、退職した。万里子はアサヒ精版に入社した経緯を、「3ヶ月お休みをしてちょうどブラブラしている頃に、たまたまうちの会社に欠員が出て、ほんとに軽い気持ちで入社したんです」（狩野 2009）と説明する。

その当時を回想して万里子は、次のように言う（松井 2019：7 回目, p. 3）。「ほとんど何も教えられませんでした。上司も初めからずっといないし。」万里子は印刷営業担当で、営業も納品も1人で駆けずり回った。彼女は24歳で制作チームと組んだ仕事を任された。カメラマンやデザイナー、コピーライターなどのカタカナ職業の人種との初仕事。「お前が仕切れと言われて、小娘なのに名刺には『プロデューサー』。うさんくさいでしょ。」

その後、万里子は通販化粧品の販促の仕事で、同世代のコピーライターの村上美香、イラストレーターの仲里カズヒロと組むことになった。3人の制作チームで万里子は営業担当。彼女は「自分は何もクリエイティブなことではできないので、お客様のイメージに添うモノを2人に発注するという立ち位置で」と振り返るが、美香に聞くと、最初からそんなカッコいいことではなかったようである。

美香はその時を次のように回想する。「営業から戻ってきて、私たちに報告する時に『きょう聞いてきたことは、えーと、なんやったかなあ』って半分泣いてるんですよ。そ

れじゃ全然わからんやん！ 何をどう伝えたらいいか、混乱していたんでしょうね。」この点について、万里子は、「そうですね。絵も描けない、文章も書けない。話は聞いてくれるけど、うまく説明できない。よく泣いてました。美香さんに『よしよし』って。ヨチヨチ歩きを支えてもらいました。」万里子は現場でもまれて強くなっていった。仕事もレベルが上がっていった。

1999年ごろ、アートディレクターの林功一との仕事でのことだった。ジュエリーブランドのイメージブックの奥付に、林が万里子の肩書を英語で「プリンティングディレクター」と入れてくれた。万里子は当時を「元は製版のプロのことなんで、いいんですか？って聞いたら、『築山さんの仕事って、英語で訳すとそういうことちがうかな』と言ってくださって。目からうろこで、すぐに名刺に入れることにしたんですよ」と回想する。林も当時を回想して、「僕の過酷な要求に、人柄とアイデア、類いまれなバイタリティーで対応してくれた築山さんは、僕の中では印刷屋さんではなくて最初からディレクター。僕のすべての作品は築山さんなしでは考えられません」と語ってくれた（松井 2019：7 回目，p. 3）。

万里子が名乗るようになったプリンティングディレクター。紙選びから製版、印刷、製本までの全工程を仕切る“印刷の監督”と言えばいいか。彼女は「表現のお手伝いができる。これやと思いました。自信持って言えるようになるまで、5年以上かかったけど…」と言うが、この頃、コピーライターの村上美香、イラストレーターの仲里カズヒロとチームを組んだ仕事は、怖いものなしだった。この3人を周囲は「大人になってからの幼なじみ」と評した。

依頼主に企画を売り込むプレゼンテーションは「むっちゃ勝ってました。根拠のない自信があったから」と万里子が言えば、「万里子は『愛で乗り切ろう』って言いながら、絶対あきらめない」と美香。根拠のない自信も、愛で乗り切るのも若さの特権。20代の勢いはとどまることを知らなかった（松井 2019：8 回目，p. 3）。

東京の老舗ホテルの仕事だった。2003年、外資が入って全面リニューアルすることになり、それを30代半ばの万里子と美香の2人が関わったのだ。じゃあ万里子は？「7月アタマに呼ばれて、9月までの3カ月で全部やれと。トップが女性で、やりとりは全てメール。とにかくびっくりするスピードで進める。ついていくのに必死。」撮影の段取りからお金の管理など、仕切るのが万里子の仕事。「ちゃんとできたかわからないけど、あの仕事で鍛えられました。成長させてもらった。」でかい仕事は、人を成長させる。そのあとのでかい仕事も「そんなにびびりませんでした」と不敵に笑う万里子なのである。もはや、泣き虫だった頃の面影是一片もない（松井 2019：9 回目，p. 3）。

アサヒ精版ならではの仕事の1つに、作品集がある。最初に手掛けたのは、写真家の津田直が奥琵琶湖を撮った写真集「漕（こぎ）」（主水書房，2007年）であった。昭和30年代

に姿を消した丸子船という帆掛け船の“物語”をたどった作品は、津田が個展のために撮ったものであったが、一冊にまとめたいと思うようになった。「船景（せんけい）」をキーワードに、船から見た湖面や松林、舟影などの風景写真と、湖と共に生きる人々の聞き書きなどは文章で…。

万里子は、「写真は印画紙を再現できる紙で、言葉は手触り感のある紙で、とイメージしてたんですが、違う紙が交ざると難しい。できないだろうと思ってたんです」と回想する。津田は万里子に写真を見せた。その中に、闇に溶けた松林の上におぼろに懸かる月の写真があった。その1枚が彼女の心を揺さぶった。彼女は、悲しい記憶の中にある月と重なって、知らぬうちに涙ぐんでいた。その表情の変化を見て、津田は思った。「マリさんは僕と共に船に乗ってしまった」と。写真の世界に引き込まれた万里子が、作品集の印刷を引き受けたのは自然の成り行きというほかない。

ようよう完成にこぎ着け、送られてきた作品集を手にとって、津田は「震えるものがありました」と言う。黒いケースは万里子が提案し、裏表とも黒い段ボールを探しに探して、ある倉庫で眠っているのを見付けた。そこに白いシールでタイトルを貼り付けてあった。本体の布張りの表紙は水色。「この物語の闇を表す黒に、闇夜に浮かぶ月の白。本をケースから引き出すと、水面が見えるわけです。本を手にした時から旅が始まる。想像を超えてました。」それまで、がむしゃらに目の前の仕事に突き進んでいた万里子が、芸術的感性に目覚めた。文字通り、新たな航海へ漕ぎ出したのだった（松井 2019：10回目，p.3）。

万里子の場合、懇意のクリエイターやデザイナーは無理難題の仕事を持ち込んでくる。彼女は、その仕事を今度は協力工場に無理やりに依頼する。1つのプロジェクトを完成させるためには8社程度の協力工場をネットワーク化することが必要になる。「純粹なる形象—ディーター・ラムスの時代」展（2008年11月～2009年1月，サントリーミュージアム[天保山]）の図録の制作は恐らく彼女にとって最も難航した仕事の1つであろう。この間の顛末については、松井（2019：15回目，p.7）に詳しい。この制作チームでアートディレクターを務めたグラフィックデザイナーのシマダタモツは、この展覧会の図録とポスターで、世界的な広告デザイン賞である「ニューヨーク・アートディレクターズクラブ賞」のゴールド（金賞）を2部門で受賞した。

シマダタモツは、店のロゴを頼まれたら「俺の自由にさせてくれ。その代わりカネは要らん」が口癖であった。彼が目指すのは「見たことないものを作りたい」ことである。だからカネにならない仕事も流さない、仕事の大小に関わらず全知全能を傾ける。であるのでシマダは、「無理」とか「できない」と言われるのが嫌い。「可能性はないわけじゃない、まずやってみよう」と思うから。万里子もシマダに似ている。彼女も「やってみないとわかれへんから、でけへんとは言いたくない」と思うから、アサヒ精版のスタッフにも「無



理ですと言うな！」と発破をかける（松井 2019：16回目，p. 3）。

アサヒ精版印刷を印刷機を持たない経営にシフトさせたのは万里子の父の二代目社長である築山敬志朗である。敬志朗が同志社大学に進んで半年後、父親が病に倒れた。彼は呼び戻され、そんなつもりはなかったのに会社を継ぐことになった。敬志朗は当時を次のように回想する。「スピードは活版で1時間1000枚やったのが、オフセットは1万枚。精度は上がる、単価は下がる。質量ともにオフセットにはかなわん。お金になるようなデザインがらみの仕事はオフセットが持っていった。そうなってくると機械に資本投下せなアカン。当時で億のカネが要る。そういうカネがあればクリエイターとの交流の飲みに使いたい。」1980年代のことである（松井 2018：5回目，p. 3）。

敬志朗の回想は続く（松井 2018：5回目，p. 3）。「機械をなくすのに抵抗はありましたね。クライアントや同業者からいろいろ言われるし、ブローカー扱い」と。ところが、彼は一挙に印刷機をなくしたのではなかった。実は、彼は機械をなくすと言いながら、近所のたばこ屋の奥を借りて、1台だけ機械を置いていた。なぜなら、職人さんが1人、残っていたからである。「最後の1人がいなくなるまで置いてた。その間、少なくとも年間1000万～2000万円の赤字は出してた。」

敬志朗の回想はなお続く（松井 2019：8回目，p. 3）。「僕はなんもでけん。なんもでけんから、出逢（であ）った人を大事にしようと思うてたんや。この業界で生き残っていくためには？と考えたとき、印刷工場も機械も手放すべきやと思った。機械があると、その機械を使わんとあかんやろ。もっと自分の身を軽くして、上手なデザイナー、上手な印刷工場と付き合いたいと思ったんや。人だけが財産やから。…大量印刷するだけゆう仕事は、大手にまかせといたらええと思うんや。僕は信頼関係のなかで、コンセプトから一緒にものづくりがしたいから。」

会社の経営は万里子が社長を引き継いで以来、右肩下がりが続いている。印刷業界を取り巻く環境は厳しさを増すばかり。幾多の協力工場への目配りも必要になる。実は、万里子は2018年秋から改革に着手した。ホームページを一新し、会社のミッションを「ユニークな創造性のキュレート」と「感性と喜びの発信」と定義した。キュレートとは、情報を収集、整理、要約、公開して共有すること。試みの1つが協力工場の公開らしい。まだ準備段階とのことだが、ここをオープン化することで、お客さんからより工場に対する興味や信頼を持ってもらえる場にする。また工場同士の情報交換の場にもなるのだという。「工場を持たない印刷会社」ならではの試みである。そして、1つの印刷物を仕上げるには幾つもの工場やたくさんの職人が関わっていることを伝え、印刷物の価値をあげていくことが自社の使命だとする（松井 2019：26回目，p. 3）。

万里子は作者の「思い」を丁寧に引き出し、往々にして無理難題を突きつけられて右往

左往しながら形にしていく。そういう中で万里子自身が芸術的感性に目覚めてやりがいを感じ、次第に「作品集に力入れていきたい。これを新しい形の事業にできひんか」との思いを抱くようになっていった。それを具体化しようというのが、新しく発足させる「A-gene Press」(エージーンプレス)である。

その裏付けともいえるのが、「まだまだベテランの時代」と「紙はすたれない」という確信である。ベテランの時代とは「修行積んでる強み。ネットで見えた目がいいのはできたり、根性なんてなんやねんというけど、積み重ねてきたものは強い。」万里子の手掛けてきた作品集は紙でないと良さは伝わらない。ネット印刷で済ませられるものはそれでいい。彼女は「アサヒ精版でしかできないこと、残る印刷物を作っていないと。アサヒ精版さんは何かを生み出してるって印象を形に残していきたい」という。

この新業態には、実はスタッフの“開放”の意味合いも込めている。一言で言うなら、「感性を仕事に生かせ」だ。一度、酔った万里子が言ったことがある。「スタッフに言うてるんです。あんたらのおかしい感性を使わへんかったら、この先、生きていけへんで。パパ(先代の敬志朗さん)が『動物園や』と言うたように、みんな変人。それなのに隠そうとすんねん。」隠さんでええやん、そんなことしてたらもたへんで。「夜遅くまで、みんなめっちゃ仕事してんのに、なんでもうけられへんのやろ。お客さんには喜んでもらってるけど、どうしたらいい?。」自問した末にたどり着いた答えがこれだった。

万里子から「なんとなかなるやろ、と思ってるんです」と言われると、こっちまでなんとなかなるんやろなあと感じてしまう。それは、どこまでいっても「相手の喜ぶ顔が見たい」と、「仕事は楽しくしよう」という彼女のスタンスが変わらないからだろう(松井 2019: 27回, p. 3)。2020年12月26日、アサヒ精版印刷株式会社は「アサヒ精版株式会社 <ASAHI SEIHAN Co., Ltd.>」に社名変更した。

## 2 イラストレーター・武内祐人のケース

素朴な線で描かれたカラフルな動物や昆虫。ちょっと不ぞろいだけれど、味のある書き文字。奈良市に住むイラストレーター兼壁画作家の武内祐人(よしひと)。大阪市生まれ。店舗の内装をデザインする会社を1995年に退社し、フリーのイラストレーターになった。デパートの壁にイラストを描く仕事を手伝ったのをきっかけに壁画の仕事を請け負うようになり、1998年、大阪で壁画制作事務所「Ivory(アイボリー)」を設立。これまでに大阪を中心に多くのホテルやレストラン、店舗、病院の壁を絵で飾ってきた(今井 2002, p. 35)。

2002年頃、武内は、可愛い絵を描き続けることに行き詰まった。「おれ、何を伝えたい?」自分が描く動物や子どもがなぜ笑顔なのか。もう一度考え直した。「みんなが笑ってられる世界って、平和で幸せだと思う。自分の絵を見たすべての人に、笑顔になってほしい。



そんな思いを、もっと前面に出そう。」そう、決めた。I wish you are always smiling（あなたたちがいつも笑顔でありますように）。それからは、いつもこの言葉を作品に入れている（朝日新聞 2004, p. 35）。

武内は「イラストレーターとしての今の自分は父親につくられたと思っています」と言う。その理由を武内は次のように説明する（栗田 2013：3 回目, p. 29）。幼い頃から身近に工具があり、使い方も教わっていた僕は、自分でも板に釘を打ち付けてパチンコを作ったりするようになりました。物づくりが好きな父は寡黙な人でしたが、工作だけは手厳しく指導されました。紙で工作をする時には、飛行機でも何でも、まず展開図を描く。この時に、のりしろをちゃんと計算することが求められました。セロハンテープをべたべた貼ったりするのは論外で、「できあがった時に美しくなければならない」というのが父の美学でした。

子どもなりに僕も精いっぱい考えながら作るんですが、ほとんど褒められません。たいてい「おまえ、下手やなあ」とか言いながら、改善点を指摘される。最後には「ちょっと貸してみ」と、手直しされるのがいつものパターンでした。学校からテストの答案用紙を持って帰っても、父は点数にはほとんど興味がないようでしたが、1つだけ、必ず注意されることがありました。それは、名前の書き方。字の美しさに加え、枠の中でいかにバランスが整っているかが父には大事なようでした。

この経験が今の仕事につながっています。文字をデザインするのが大好きですし、小さな枠組みの中でどうセンス良くレイアウトするかに心を砕いています。日々、報告したり相談したりするのは母でしたが、イラストレーターとしての今の自分は父親につくられたと思っています（栗田 2013：3 回目, p. 29）。

絵を描いた経験で覚えているのは、小学4、5年の頃に銀閣寺を描いて先生にほめられたことです。絵を描くことが特別好きだったわけではなく、どちらかというとお寺やお城、武士の鎧兜（よろいかぶと）などの造形にひかれました。…この頃、僕の性格は180度変わりました。それまで内弁慶でおとなしい方だったのが、何事も先頭に立ってしないと気が済まない、活発な性格になったのです。

5、6年の担任だった浜辺智文（ちふみ）先生のおかげです。怖いと評判の女性の先生でした。実際に叱られることもたくさんありましたが、明るい先生でした。先生は、ことあるごとに僕を指名し、手伝いをさせました。僕はその頃から文字をデザインしたりレイアウトしたりするのが得意だったので、学級新聞を熱心に発行していた先生に重宝されたのでしょう。学校の印刷室を使えたのはクラスで僕ともう1人の友人だけで、帰るまでに新聞を刷って配るのが日課でした。そんなふうに先生の用事をするうちに、自分が進んで何でもしなければ、と考えるようになりました。実はもともと目立ちたがり屋のところ

あって、それを先生が引き出してくれたのだと思います（栗田 2013：4 回目，p. 30）。

（高校は猛勉強して）大阪府立北野高校に入りました。中学校の先生には「合格できるだろうけど、入った段階でビリやで」と言われていました。その時にはピンと来なかったのですが、いざ入学してみるとその意味が分かりました。どの授業も、先生が何を言っているのか理解できないのです。僕は「超」がつくプラス思考なので、あまり挫折を挫折と感じたことはありません。が、高校生活はとんでもなくつらい毎日でした。…高校3年の同級生に、橋下徹・現大阪市長がいました。地元が近かったこともあり、一緒に遊んだり、机を並べて追試を受けたりしました。今も会えばあの頃のままで、展覧会にも来てくれます。

彼が大阪に戻り政治家になって以降、本人も含め、何人もの級友とのつきあいが復活しました。いろんな職業で活躍している仲間が多く、刺激を受けています。僕がイラストレーターをしていることを知ると、展覧会を宣伝してくれたり、仕事を持ってきてくれたりする友人もいます。時々、酒を酌み交わしながら、一度は消し去った高校時代の記憶を取り戻しています（栗田 2013：6 回目，p. 30）。

（大学は一浪して京都市立芸術大学に入学しました。就職したのは）教授に紹介してもらったのがマネキンの老舗でした。マネキンの販売やレンタル以外に、店舗の内装やウィンドーディスプレイも手がけているといいます。具体的に何をするかまでは考えていませんでしたが、僕は、数年企業に勤めたらデザイナーとして独立しようと考えていました。ともかく経験を積もうと、採用試験はすでに終わっていましたが、無理を言って入れてもらいました。

入社後、店舗のレイアウトをする部署に配属になりました。棚やショーケースのデザインをしたり、人の動線を考えて配置を考えたりする仕事です。発注元の企業に出向いて打ち合わせをするのですが、先方が上で、僕たちの会社が下という力関係があるようでした。会社に戻ったとたんに「もう一度来い」と言われたり、朝と晩でまったく違うことを言われたり、様々な無理難題を突きつけられました。サラリーマンというのはこういうものかと思いつつ、理不尽な要求に耐えました。当初は製図台で図面を引いていましたが、ある日、コンピューターの製図システムが導入されました。誰か使いこなせるようにならねばと、若い僕が担当になりました（栗田 2013：9 回目，p. 33）。

僕はフリーハンドで直線を引いたり、円を描いたりするのは好きですが、定規を使うのは嫌いです。ましてコンピューターでの製図など、苦役でしかありませんでした。次第に、次の人生を考えるようになりました。入社翌年、大阪から京都に転勤になりました。転勤自体は嫌ではありませんでしたが、自分の代わりの人材はいくらでもいると思い知らされ空しさを覚えました。「自分にしかできない仕事をしたい」と、辞表を出しました。

見通しはまったくありませんでしたが、それまでにも趣味程度に描いていたイラストで身を立てようと決めました。勤めていた頃から、友人には「ポストカード屋をやりたい」と話していました。イラストの専門的な訓練を受けたわけでもなく、仕事の取り方も分かりません。あったのは「何とかなるに違いない」という根拠のない自信だけでした。

苦しい日々が始まりました。ファクスは最低限必要だろうと電話を引き、ただ鳴るのを待っている、そんな毎日でした。デザインに関係のありそうなところに片っ端から電話をかけましたが相手にされず、まったく仕事がないまま1年以上が過ぎました。「これが現実か」と打ちのめされました。税務署に確定申告に行くと、あまりにも赤字額が大きすぎて、担当者に「お金、貸しましょうか」と同情されたほどでした（栗田 2013：10回目，p. 3）。

何とか収入を得なければと、簡単な印刷器具とTシャツを購入しました。乗り物や人の顔の小さなイラストをプリントし、売り歩いて食いつなぎました。100枚ほど売れたでしょうか。数十万円の収入になりました。近所のカフェなどから「メニューを描いて」との依頼もポツポツ入りました。

しかし、まだ生活できるレベルではありません。イラストを描きため、ファイルをつくりました。あちこちで「イラストレーターになりました」「ポストカードを売るのが夢なんです」と触れ回っていると、ある知人が、カードを扱う会社の営業担当者を紹介してくれました。喜び勇んでファイルを携えて会社に向かいましたが「その辺に置いておいて」と言われただけの、素っ気ない対応でした。

「年賀状の仕事をしてみないか。」その会社から電話がかかってきたのは、1年ほどたち、ファイルを預けたことすら忘れかけた頃でした。忘れもしない、1997年うし年の年賀状でした。僕はその時、動物のお尻ばかり描いていました。なぜって、動物の顔を正面から描くのは難しいからです。「自分が描いたものを、人に買ってもらえる。なんてすてきなことやろう！」。胸が震えました（栗田 2013：11回目，p. 33）。今から見ればつたない絵ですが、ポストカードが商品化されました。大阪・梅田の「ロフト」に自分の商品が並んでいるのを見た時の誇らしさは忘れられません。

これを機に、また少しずつ入り始めた仕事の中に、商業施設に壁画を描く仕事がありました。何人かのチームで現場に行き、決められた絵や模様を1～2週間かけて壁や柱に描くのです。ある日、現場で京都市立芸大時代の後輩と一緒にになりました。彼も、描き手として派遣されていたのです。話をするうちに「誰かが決めた絵を雇われて描きにいくよりも、デザインから自分たちでする方がよくないか」ということになりました。彼と僕、そして、やはり芸大の同期で、今もマネジメントを担当してくれている山羽英昭も勤めていた印刷会社をやめて加わり、3人で壁画制作会社「アイボリー」をつくりました。28歳の

時でした。これまでのように、よそから仕事を受注して描きに行きながら、自分たちの営業を始めました。行き先は、病院や保育園、幼稚園でした（栗田 2013：12回目，p. 27）。

営業先に病院や保育園を選んだのは、白い壁がたくさんあって、かつ、絵が描いてあったら良さそうだ、という単純な発想からでした。殺風景で無機質な白い壁に絵を描けば、患者さんやお見舞いの家族、スタッフも元気になれるに違いない。絶対に良いアイデアだと思い、パンフレットを片手に営業に回りましたが、どこの馬の骨とも分からない僕らの話を聞いてくれるところはありませんでした。

数え切れないほどの施設に断られ、最初に描かせてもらったのは、幼稚園でした。何日もかけて動物の絵を描き進めるのを、園児や先生、送り迎えの保護者が見守ってくれました。完成すると、多くの人の目に触れる壁画はそれ自体が宣伝になります。遠くの小児科や歯科の病院・医院からも依頼が寄せられるようになりました。だいたいたってからのことですが、何人かの医療関係者に「医療の効力には限界があり、アートに触れて精神的に癒やされることが、大きな力になる」と言われました。僕たちの考えたことは、間違っていなかったと思いました（栗田 2013：13回目，p. 33）。

壁画制作会社として数年活動しましたが、数々のつらい目にもあいました。せっかく仕上げた絵をデザイナーの気分で一から描き直すなんて日常茶飯事。若くして独立した僕らは、どこか足元を見られていたのでしょう。僕が絵の原案を描き、それっきり連絡がこないのを見に行くと、別の塗装屋の手で描かれていた、なんてこともありました。「いつか、必ず見返してやる」。悔しさを原動力にしていました（栗田 2013：14回目，p. 29）。

（事業は）軌道に乗ってはいましたが、毎日仕事があるわけではありません。そろそろイラストレーターとしての「本業」の幅を広げねば、との思いもありました。一緒に起業した後輩が家業を手伝うことになった時機もあり「アイボリー」は壁画の会社から僕の仕事全般の会社になりました（栗田 2013：14回目，p. 29）。

（この当時）奈良出身の妻との結婚を機に奈良市内に住居を構えました。それで、事務所も奈良へ移すことにしました。2000年、奈良女子大学前に店舗兼事務所をオープン。自分の商品はまだTシャツやバッグくらいしかなかったのも、おしゃれな文具や安いアジアのアクセサリを仕入れて並べました。人通りの多い場所ではありませんでしたが、口コミで評判が広まり、お客さんが徐々に増えました。その後、2009年に今の奈良市南市町に移転。2階への階段が2つあるなど、置屋の名残がある築130年の建物を改装して店にしました。

奈良で店を開店当時、数少ない商品に手描きの植木鉢がありました。素焼きの鉢に絵を描きメッセージを入れれば、母の日や記念日に贈るのにぴったりの、世界に1つだけのプレゼントになると思ったのです。ギフトを扱う会社に企画を持ち込んだこともあったので

すが、実現には至りませんでした。狙いは当たり、植木鉢は人気商品になりました。今も、結婚式の引き出物や、出産の内祝いに喜ばれています（栗田 2013：15回目，p. 33）。

奈良へ来て間もない2000年、初めての作品展を開きました。デザイナーから出発している自分は、あくまでイラストレーターであって、「画家」になるつもりはありませんでした。ただ「経験になれば」と軽い気持ちでしたが、何事も、やってみなければ分からないものです（栗田 2013：15回目，p. 33）。

会社勤めをして店舗のデザインを担当していた頃、オープンまでは毎日通うのに、完成すると次の現場に移ってしまい、実際のお客さんの反応を見られないことを歯がゆく感じていました。辛口の見方も、喜びの声も、じかに聞いてこそ、次のものづくりにつながると思っていたからです。そんな疑問があったので、直接お客さんの表情が見られたり、感想を聞かせてもらったりできる展覧会の1週間は、充実した日々でした。だからといって「これからは画家になるぞ」とは思いませんでした。仕事の1つとして「作品」を描くことがあってもいいのかな、と考えるようになりました。

僕は「画家」というのは、絵を売るというよりも、表現したいものがまずあって、「できたから、世に問うてみる」という姿勢の人たちだと思っています。僕には、どうしても突き詰めたいテーマが先にあったわけではありませんでした。どちらかと言えば、絵を描き、印刷した商品を、多くの人に手にとってもらえたらいいと思っていました。しかし、作品を発表するようになり、それだけで良いのだろうかと思えるようになりました。自分に何か表現したいものがなければ、一時的に気に入ってお金を出してもらえたとしても、飽きられてしまうだろう。後に残らない薄っぺらい仕事ではだめだ、と思うようになったのです（栗田 2013：16回目，p. 32）。

10年あまり「笑顔」をテーマにしてきましたが、その意味合いは自分の中で、少し変わってきました。ある展覧会で、1人の女性に出会いました。20代とおぼしき彼女は、1時間近くも動かずに、1枚の絵を見ていました。雨が降る中、熊が、モグラか何か、小さな動物に傘を差し掛けてあげている絵だったと思います。僕は、会場に来てくれたお客さんに積極的に話しかけることはありません。もちろん、声をかけてくださったらお話ししますが、みなさんの表情を見ているのが楽しいのです。でも、彼女には何となく、声をかけてみました（栗田 2013：17回目，p. 32）。

彼女は、両親をなくされたばかりだと言いました。僕の絵に、思い出と言ってよいかどうか、家族の物語を見ていたのだと思います。ほかに、幼い子をなくした若い夫婦が、悲しみの底にいたときに僕の絵に出会い救われた、とメールをくださったこともありました。そんなふうには、直接会ったことのない方も含めて多くの方からメッセージを頂きました。身近な人の中にも、いつも明るい接客でお客さんを喜ばせているけど、話を聞いてみ



たらずごく苦勞している，という子もいました。

みんな，つらいそぶりは見せないだけで，精いっぱい生きているんだと気づかされました。接客の上手な彼女の笑顔も，悲しみを乗り越えて生まれたものでした。だから，僕は「笑顔」をテーマにした絵のなかに，「がんばってくださいね」の気持ちも込めています。

僕は，趣味ではなく仕事として絵を描いていますから，長いこと，お金にならない仕事はしませんでした。それを，いっぺんに変えたのが東日本大震災でした。あの時，みんなが「何かしなきゃ」って思った。僕もそうでした。いてもたってもいられず，売り上げの一部を義援金として贈る復興支援のステッカーをつくりました。そこには「あなたが笑顔でありますように」のメッセージとともに，こう書き入れました。「With us!」（一緒にいるよ）（栗田 2013：18回目，p. 31）。

東日本大震災の翌年，宮城県女川町で保育園の子たちを前にライブペインティングをしました。ライブペインティングというのは，観客の前で大きな白いキャンパスにアクリル絵の具で絵を描くパフォーマンスです。はじめは，2002年に開いた展覧会の会場で，もっと大きな作品を1日かけて描きました。さすがに，翌日は全身が筋肉痛で起き上がれませんでした。プレッシャーはありましたが，下書きもせずに描き進める，それを興味津々で楽しんでもらえるのは，僕にとっても楽しいことでした。今は年に数回，各地で行い，1.8メートル四方の作品を1時間半ほどで仕上げます。

女川町での話を頂いたとき，果たして僕が出かけて行って役に立つのかなと，ためらう気持ちもありました。小さいお客さんが飽きないか心配でしたが，歓声を上げながら見ていてくれました。完成した絵は，新しくできた図書館に飾られています（栗田 2013：19回目，p. 33）。

#### IV 2名の企業家のケース分析からの考察

本節では，以上で説明した2名の「根拠のない自信」を有している企業家のケースから，根拠のない自信とは何か，そしてそれが事業や活動にどのような影響を与えているのかについて考える。結論的に言えば，2名の企業家のケースから「根拠のない自信」はレジリエンス，ポジブル・セルフ，そしてブリコラージュの概念と密接に関係していることが明らかになった。まず，レジリエンス概念との関連性について考察する。

本研究の1つの成果は，根拠のない自信とは，人間の心理学的な性向としてはレジリエンス（resilience）概念に近似しているという発見である。Lasota, Tomaszek, and Bosacki (2020, p. 3) は，レジリエンス概念を次のように要約的に紹介している。「大多数の研究者は，レジリエンスを，個人の人生の要求への柔軟な適応，目標追求の持続性，ネガティブ



経験への寛容さの増大、困難な状況への対処能力、新しい経験への開放性、人生への楽観的な態度と定義している。一部の研究者は、レジリエンスを、絶えず変化する人生の要求に柔軟に適応するプロセスを決定する比較的永続的な性質と定義している。また、レジリエンスは心理社会的プロセスとしても定義されている」と。また、彼らは「レジリエンスのレベルが高い人は、楽観的で、新しい人生経験に対してエネルギーで好奇心旺盛でオープンなアプローチを持ち、ポジティブな感情とウェルビーイングが高いのが特徴であることがわかっている」と紹介している。

このようにレジリエンスの概念はかなり包括的であり、相互に関連しないような項目も含まれている。この理由について、Bimrose and Hearne (2012, p. 339) は次のように説明している。レジリエンス概念は、学術的な理論に基づいて生まれたものではなく、この概念はむしろレジリエンスの資質、レジリエンスのプロセス、先天的レジリエンスを理解するための3つの研究の結果として生まれた概念だからであると。

そこで、このレジリエンス概念に2名の企業家の性格や行動の特徴を当てはめてみると、この2名はまさにレジリエンスを体現していることが明らかである。彼らは楽観的で、逆境や他者からの過重なプレッシャーや理不尽な要求にも堪え抜く力を有している。また、そのなかからワクワク感や自己のウェルビーイング（プラスの感情的な高まりや仕事の充実感）を高めている。例えば、万里子に関する次の評価は典型的である。『『失敗は山盛り、面倒だと思うと自分にかえってくる。一瞬苦手だなと思う人でも、どこか共感できる面白いことを探すのが好きなんです』というエピソードをおうかがいすると、どんな現場でも楽しもう、というポジティブさやエネルギーが伝わってくるインタビューでした』（狩野2009）。

本研究の第2の成果は、ポシブル・セルフ観の重要性である。これは将来の自己観、つまり将来このような自分でありたいと想定することのできる自己ビジョンである（Plimmer and Schmidt 2007; 佐藤, 河野, 相島 2019）。孫正義の「最初にあったのは、夢とそして根拠のない自信だけ」という言葉の「夢」に当たる部分である。そして、この点は武内の場合に最も典型的に現れている。

武内は自分が何が好きなのか、自分が仕事をする意義は何なのかについてこだわりを持っていた。だから、それが実現しないと分かるとスパッと会社を辞めて、自分の好きなことで起業した。また、彼は自分のポシブル・セルフを実現するために危機感をもって事業をしている。動物の後ろ姿しか描けない、自分が発信する笑顔についての2回にわたる内省、そろそろイラストレーターとしての「本業」の幅を広げねばとの思い、後に残らない薄っぺらい仕事ではだめだと思い、などがそうである。他方で、万里子は、父親が開拓したネットワークからの無理難題の仕事を受けながら、自身のスキルや思想を成長させて

いった。彼女の場合、それぞれの依頼仕事が、彼女に経験学習サイクルを回転させることでプリンティングディレクターとしてのスキルを成長させたり、変容的学习につながっていった（この2つの学習については、佐藤 2017）。

以上の点は、万里子と武内の事業領域の決定的違いをもたらすことになっている。万里子の場合は、父のネットワークが活動のベースであり、仕事を依頼される待ちの姿勢である。自らが起点の仕事を創造するわけではない。他方で、武内は主体的に活動を自らが選択していつている。万里子の仕事の範囲はあくまでもプリンティングディレクターという肩書の枠内（紙に印刷）である。一方、武内の仕事の幅は、T シャツ、絵葉書、植木鉢、壁面、絵本など多岐にわたっていつている。万里子と武内のこの違いは企業家のブリコラージュ（bricolage）戦略の違いとなつて出現する。以下で敷衍する。

本稿の第3の貢献は、「根拠のない自信」とブリコラージュ概念との関連性である。この点は、孫正義の「そこ（夢と根拠のない自信）からすべてが始まった」の部分である。ブリコラージュ概念は、新規事業を立ち上げる場合の資源制約に臨機応変に対応し、イノベーションを発生させるメカニズムを説明する概念である（Fisher 2012; Witell, Gebauer, Jaakkola, Hammedi, Patricio, and Perks 2017; Nelson and Lima 2020）。

ブリコラージュは、エフェクチュエーション概念における「自分は何者なのか（何に取り組んでいるときに自分らしさという意義を感じるのか）、自分は何がしたいのか、自分は誰と知り合いなのか、許容可能な最大限の損失はどの程度なのか」を考えながら、将来の理想的な自己像（ポジブル・セルフ）を具体的に描くことから出発する。すでに明らかのように、武内はその時々でこの理想的な将来の自己像を描き、その実現に向けて「根拠のない自信」をベースに行動してきた。

ブリコラージュの他の構成要素の2つはマインドセットにかかわったものである。1つは、「資源制約に負けないという強い気概」である。もう1つのマインドセットは、「入手可能な（知り合いからの援助も含めた）手持ち資源で難局を切り抜けるという覚悟」である。軽い意味では、「何とかなるだろう」というまさに「根拠のない自信」である。万里子も武内もこれら2点のマインドセットを強烈に有していた。

ブリコラージュを構成する最後の構成要素はインプロビゼーション（improvisation: 即興性）である（Aishima, Sato and Yukawa 2020）。インプロビゼーションはブリコラージュの実施プロセスそのものである。環境状態に合わせ手持ち資源を即興（つまり計画と実行の同時性）的に再編成して目的を達成する行為である。ここからイノベーションが発生する。万里子も武内も果敢にインプロビゼーションを行っていた。そして、それぞれのプロジェクトでの万里子のネットワークを介したプロデューサーとしてのインプロビゼーションは強烈であった。

武内は東北大震災をきっかけとして、社会起業家的なソーシャル・ブリコラージュの方向へと進化した。通常のブリコラージュとは異なり、ソーシャル・ブリコラージュの場合には新たに3つの要素が概念的に付加される。社会的価値の創造（social value creation）、ステークホルダーの参加（stakeholder participation）、そして説得（persuasion）がそうである（Di Domenico, Haugh, and Tracey 2010; Servantie and Rispal 2018）。武内も東北大震災に貢献するソーシャル・ブリコルール（ブリコラージュの実践者）として、この3点を意識していると十分に考えられる。

以上から、「最初にあったのは、夢とそして根拠のない自信だけ。そこからすべてが始まった。」という言説の理論的メカニズムは以下の図3のように示される。

図3 「根拠のない自信」が成果をもたらすメカニズム

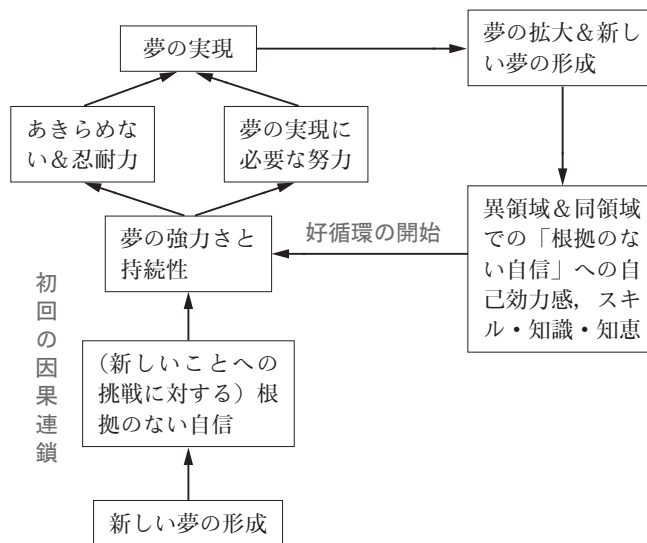


図3の特徴は、当初は「根拠のない自信」であったのが、新しいチャレンジに何度もトライするうちに、それが「根拠のある自信」、つまり新しいことにチャレンジすることに対する「根拠のない自信」の自己効力感が高まること（好循環の開始）に注目した点である。サッカーの本田圭佑がいう「2つの自信」、つまり根拠のない自信と根拠のある自信との関係を明確にしたのが図3である。

Fredrickson（2003）は、ポジティブな感情は活動範囲を拡大させることによって当人の経験からのスキルや知識・知恵を拡大させるとする“The Broaden-and-Build Theory”を提唱している。「根拠のない自信」もまさにこの効果をもたらすと考えられる。新しい経験からのスキルや知識・知恵を増加させることにより、当人のさらに新しい活動が成功する可能性も拡大するのである（佐藤 2017, pp. 83-85）。

## V 本研究の意義と今後の研究の方向性

本研究の意義は、「根拠のない自信」がどのようにして成功をもたらすのかというリサーチ・クエスチョンに対して、ケース・ベースト・リサーチの立場から、以下の3点を理論的に明らかにした点である。第1は、レジリエンス概念との関係性についてである。巷、根拠のない自信の構成要素やその醸成方法については様々な「民間療法」的に主張されてきた。本研究は、それらの民間療法的知見をレジリエンス概念をベースにして理論的に統合的に整理する道筋を開拓した。

本研究の第2の意義は、「根拠のない自信」がイノベティブな成果をもたらすためにはポシブル・セルフに関する明確で具体的なビジョンを形成する、つまり実現すべき「夢」を持つことが必要になることを明確にした点である。この夢は強烈であればあるほど、成果をもたらす可能性も強くなる（佐藤 2017）。つまり、本研究は、孫正義の「最初にあったのは、夢とそして根拠のない自信だけ。そこからすべてが始まった。」という発言を理論的にメカニズムとして明らかにしたのである。

本研究の第3の意義は、「夢と根拠のない自信」が成果をもたらすメカニズムは、ブリコラージュ（ソーシャル・ブリコラージュ）という概念で説明されることを発見した点である。この発見はまさに「コロンブスの卵」的である。われわれの管見によれば、「根拠のない自信」概念をブリコラージュ概念と結び付けた研究はこれまで見当たらなかった。

今後の研究課題であるが、武内と万里子の仕事の守備範囲の違いに関係している。すなわち、図3が示しているように、根拠のない自信による夢の追求⇒一定の成果⇒「根拠のない自信」（に対する自己効力感）が新しい活動領域への進出を後押しする⇒キャリアを積むにつれて多彩な人物になる、つまり個人の場合には多彩な分野での活動、企業の場合には関連型多角化という事業領域の広がりというメカニズムの存在である。万里子の場合には、このメカニズムは限定的にしか作動していなかった。逆に、武内の場合には、このメカニズムはスムーズに作動していた。

VUCA時代には、環境は急激にドラスティックに変化する。環境変化の因果関係の分析も困難である。そのような時代にはブリコラージュやエフェクチュエーション戦略が重要になる。ここで取り上げた2名以外にも、多くの人々が「根拠のない自信」をベースにしてこのようなキャリア遍歴をしてきている。今後の研究課題は、分野ごとの「根拠のない自信家」のケースを詳細に比較分析することによって、根拠のない自信が、個人の事業領域や活動範囲にどのような違いをもたらすのかをケーススタディすることである。

以下の人々は、今回の研究のケースとしてわれわれが探索し、「根拠のない自信」をベースにしたブリコルールとして活動の水準を劇的に進化させていったと想定される人々であ

る（順不同）。音楽家としてだけでなく俳優としての活動範囲を拡大しているトータス松本。中古車業の事務所に併設したラーメン店がミシュランガイドでビブグルマンの店として掲載された吉田克己。ソーシャル・ブリコールとしての活動範囲を拡大したガレッジ・セール・ゴリ。タウン誌としては異色の企画で存在感をアピールし続けてきた金沢倶楽部の創業者で初代編集長の林俊介（金沢倶楽部はコロナ禍の影響で2020年に廃刊）。

それ以外にも「根拠のない自信」をベースにしたブリコールとしては以下の人物を発見した（順不同）。劇作家・作家の前田司郎。歌手の松下優也。歌舞伎役者の市川染五郎。講談師の神田松之丞。シンガー・ソングライターの奥華子。50歳で絵本作家を目指したふじもとのりこ。パルーンパフォーマーの風船太郎。ビリギャルで有名になった小林さやか。パーソナリティーの角淳一。小説家の弦月。作家の清水義範。作詞家で、おニャン子クラブやAKB48のプロデューサーである秋元康。

今回は残念ながら、紙幅の関係で、これらの人々をケーススタディすることはできなかった。他日を期したい。

#### 参 考 文 献

- Aishima, T., Sato, Y., and Yukawa, H. (2020), "Characteristics of Japanese style improvisation in Business," *Koube Gakuin Daigaku keieigaku ronshuu*, 17(1), September, pp. 19-40.
- 朝日新聞 (2004). 「イラストレーター 武内祐人さん (旬の顔) 【大阪】」『朝日新聞夕刊関西 1』2004年 9 月15日, p. 35.
- Branding Engineer (2020) 「根拠のない自信を成功につなげるため、知っておきたい自信の身につけ方」, <https://news.mynavi.jp/article/20201027-1407037/>, 2021年 3 月 1 日に確認.
- Bimrose, J. and Hearne, L. (2012), "Resilience and career adaptability: Qualitative studies of adult career counseling," *Journal of Vocational Behavior*, 81, pp. 338-344.
- Di Domenico, M., Haugh, H., and Tracey, P. (2010), "Social bricolage: Theorizing social value creation in social enterprises," *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), pp. 681-703.
- Fisher, G. (2012). "Effectuation, causation and bricolage: A behavioural comparison of emerging theories in Entrepreneurship Research." *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5), pp. 1019-1051.
- Fredrickson, B. L. (2003), "The value of positive psychology," *American Scientist*, July-August, 91, pp. 330-335.
- 長谷川岳雄 (2019). 「大きなキャリア転換に関する探索的研究：20人の実践事例からみたプロセス」『経済教育 (三重大学)』第38号, pp. 61-67.
- 今井邦彦「武内祐人さん 雑貨に店主のイラスト (ひとスクランブル) / 奈良」『朝日新聞朝刊奈良 1』2002年 2 月11日, p. 35.
- 狩野哲也 (2009) 「失敗は山盛り。どんな困難なときでも楽しもう！と思うんです, 築山万里子氏：アサヒ精版印刷(株)」年11月25日, <https://www.mebic.com/creators-file/1565.html>, 2021年

- 3月8日に確認。
- Korber, S. and McNaughton, R. B. (2018), “Resilience and entrepreneurship: a systematic literature review”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(7), pp. 1129–1154.
- 栗田優美「(人生おおによし) イラストレーター・武内祐人さん：笑顔，がんばった先に (44歳) 1～20／奈良県」『朝日新聞朝刊奈良1・1地方』2013年11月3日号～11月23日号 (全20回)。
- 久世司 (2015). 『なぜ，一流になる人は「根拠なき自信」を持っているのか?』ダイヤモンド社.
- Lasota, A., Tomaszek, K., and Bosacki, S. (2020). “How to become more grateful? The mediating role of resilience between empathy and gratitude,” *Current Psychology*, published online, 18 November 2020, pp. 1–10.
- 松井宏員 (2018～2019). 「晴レルデ：おもいーつくる／1～27」『毎日新聞大阪夕刊総合面』2018年10月11日号～2019年12月20日号 (全27回)。
- 中川文如「本田の決意『この大会にかけろ。次はないつもり』 サッカーW杯日本代表」『朝日新聞 朝刊スポーツ3』2014年6月2日, p. 13.
- Nelson, R. and Lima, E. (2020), “Effectuations, social bricolage and causation in the response to a natural disaster,” *Small Business Economics*, 54, pp. 721–750.
- Plimmer, G. and Schmidt, A. (2007). “Possible Selves and Career Transition: It’s Who You Want to Be, Not What You Want to Do,” *New Directions for Adult and Continuing Education*, 114, Summer, pp. 61–74.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Towards a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–288.
- Sarasvathy, S. D. (2008). Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise. *New horizons in entrepreneurship research*. Cheltenham, U. K.: Edward Elgar Publishing.
- 佐藤善信 (2017). 『企業家精神のダイナミクス』関西学院大学出版会.
- 佐藤善信, 河野万里子, 相島淑美 (2019) 「セルフ・ブランディングとパーソナル・ブランディングの関係性：カラータイプ理論からの考察」『ビジネス&アカウンティングレビュー』第23号, 6月, pp. 41–59.
- Servantie, V. and Rispal, M. H. (2018), “Bricolage, effectuation, and causation shifts over time in the context of social entrepreneurship,” *Entrepreneurship & Regional Development*, 30 (3–4), pp. 310–335.
- 田村悠介「(声) 若い世代 「リアル」は薄っぺらく感じる，中学生 田村悠介 (神奈川県 15)」『朝日新聞朝刊オピニオン2』2017年10月27日, p. 14.
- Witell, L., Gebauer, H., Jaakkola, E., Hammedi, W., Patricio, L. and Perks, H. (2017), “A bricolage perspective on service innovation,” *Journal of Business Research*, 79, pp. 290–298.
- 柳川範之, 山口文洋 (2016) 「いい高校，いい大学，いい会社：キャリアの『入口』より大切なこと」『ダイヤモンドハーバードビジネスレビュー』2016年11月24日, <https://www.dhbr.net/articles/-/4577>, 2021年3月13日に確認。