

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 10 月 21 日現在

機関番号：37106

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2013～2015

課題番号：25380864

研究課題名(和文) 組織集団における創造革新性パラドックスの発生メカニズムと克服方略に関する実証研究

研究課題名(英文) Effective Strategies for Overcoming "Creative Innovation Paradox" in Work Organizations

研究代表者

古川 久敬 (Furukawa, Hisataka)

日本経済大学・経営学部・教授

研究者番号：30190143

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,600,000円

研究成果の概要(和文)：独創的で有望と思われるアイデアほど、その後の履行や実現に結びつかない現象を「創造革新性パラドックス」と名づけた。本研究では、創造革新性(仕事イノベーション)の進行を、アイデアの「生成段階」と「履行段階」の2つに分けて議論し、創造革新性パラドックスの発生メカニズムをまとめた。その上で、創造革新性パラドックス、特に創造的アイデア履行の抑制および促進要因について、壁や溝の認知、共に見るものの設定の観点から実証的に検討した。創造革自覚している個人ほど、企画やアイデアを進める上で、自職場内や他部門との間に壁や溝をより強く感じるなど、創造革新性パラドックス生起の普遍性などが明らかにされた。

研究成果の概要(英文)：The innovation paradox means that the more ideas are creative, the greater they face difficulties in implementation. The production of creative ideas does not necessarily imply their implementation. This study discussed on the following three points: (1) how idea creativity relates to implementation. Prediction, that creative and innovative individual would recognize larger differences and difficulties (walls and chasms) not only within own work group, but between other departments, is examined. (2) What factors are more likely to improve implementation. Predictions, that higher recognition of walls and chasm would inhibit implementation, existence of clearer joint consciousness would facilitate implementation, respectively, is examined. (3) How the characteristics of the contents of interpersonal contact have the relation to idea implementation. Predictions, that contentious contacts would inhibit and collaborative ones would facilitate implementations, respectively, are examined.

研究分野：組織心理学

キーワード：創造革新性パラドックス 仕事イノベーション アイディアの生成 アイディアの履行 組織内の壁と溝 克服方略 「共に見るもの」の設定

研究開始当初の背景

研究テーマの「創造革新性パラドックス」とは、筆者のオリジナルな命名である。

「何とか創造的なアイデアや計画が生まみ出されたとしても、それがその後には履行(実行)され、期待する成果に結実する保証がないことを意味するもので、さらには生成(創出)がうまくなされること、かえって履行(実行)の妨げになる現象」を含む。この点は、現実の組織集団では、かつてより経験的によく気づかれている。

高齢社会の進行、グローバル化の進展もあり、我が国の多くの組織で、あてにしてきた前提が揺らぎ、従前の発想が通用しない状況になっている。それ故に、個人も集団も、これまで経験したことのない課題(未経験課題)に取り組む必要性が増大している。

そういう「未経験課題」に取り組むにあたって、蓄積がないことから、組織や管理者が効果的な目標や方略を具体的に示すことは難しい(Ashfordら,2007)。集団や個人による

新たな着想、自律性と主体性によるチャレンジ、先取りを基調とする創造革新が必須である(Amabile & Mueller, 2008)。また 集団(チーム)としての対応(Carton & Cummings, 2012)、外部との連携による対応(Ancona & Caldwell,1992 など)も不可欠である。

そして何よりも、生成させた創造的なアイデアや計画を、確実に履行(実行)できなければ、成果は生まれない。また組織としての競争力は高まらず、成長は実現しない。

申請者は、科研費補助による一連の研究(古川,2005-2006, 2007- 2009 など)と、研究成果の公刊(古川,2010,2012)において、我が国組織における「成果主義原理」の意義、導入と進展の状況、効果が生まれる心理メカニズムを明らかにしている。あわせて、成果主義進展の副作用として、課題設定における成員のチャレンジ性低下、創造革新性の減少、および 相互協力(高橋,2006 など)やチーム力の低下が懸念されていること、そして これからの重要な研究課題として「創造革新性パラドックス」の解明と克服を挙げていた。

研究の目的

上記の研究背景と研究意義を踏まえて、次の3つを研究目的とした。

1 組織集団において「創造的なアイデアや計画が生成(創出)されたとしても、それがその後の履行(実行)に結びつかないのはなぜなのか」(創造革新性パラドックス)について理論的、実証的に検討する。

本研究では、組織集団の創造革新性について、従来のとらえ方を広げ「製品、サービス、プロセス、手順について、新規で、有用なアイデアを生み出すとともに、それが履行(実行)できること」ととらえる。

2 集団による創造革新の必要性が高まっている。今日の組織状況を認識しつつ、組織集団に注目し、従前の創造革新性の「生成」(創

出)の研究と関連づけながら、特に「履行」(実行)を促進する心理プロセスを理論的かつ実証的に明らかにする。

これまで、創造革新性の必要能力の整理(Amabile,1996; Bell,2007)とともに、創造性を生む個人特性、組織特性、両者の相互作用に関して多くの研究がなされている(Shalley, Zhou, & Oldham, 2004; Knippenberg & Schippers, 2007 のレビュー)。それらと最近の研究成果をまとめると、個人レベルの創造革新性研究が主で(Taggar,2002; Grant & Berry,2012)、集団レベルは少数、集団の創造革新性については、成員のデモグラフィック変数(教育、専門性、年齢等)の効果(Hulsheger et al., 2009 など)と、成員の多様性や異質性の効果(Shin & Zhou, 2007)が検討され、そして 創造的アイデアや計画の「生成」の研究が主で、成果につなげる「履行」段階の研究は希少である。

本研究では、組織集団における創造革新の促進要因と心理メカニズムについて、「生成」と「履行」の双方を意識して理論的、実証的に検討するが、その際に、集団の創造革新性の「生成」段階と「履行」段階それぞれにおける新指標を考案する。「生成」段階については個人の創造性の集積や、第三者評定によるもの(Taggar, 2002)がある。「履行」段階については新たな考案が必要である。集団活動の成果に着目し、創造革新性の度合いを“漸進的な”(incremental)ものから、“抜本的な”(radical)なものまでを評定できる測度を開発する。

3 創造革新の「履行」が、集団外部との関係性や活動の意義づけ(共に見るもの設定)により促進されるプロセスも検討し、我国組織が遭遇している創造革新性パラドックスの心理メカニズムと克服方略をまとめ、提言を行う。

研究の方法

1 創造的アイデアの「生成」段階および「履行」段階に関連する先行研究について、広範なレビューを行う。それを基にして、「創造革新性パラドックス」の生起メカニズムに関する理論的整理と考察、そしてモデル構築を進める。

2 創造的アイデアの「履行」(実績および見込み)における抑制要因(組織内の壁や溝に関する認知)および促進要因(共に見るもの設定および対人コンタクトの特性)に関する質問票を考案し、それを基にした実証的検討を行う。

3 抑制要因としての「壁」や「溝」の起因とそのメカニズムを検討するために、質問票調査を考案、実施し、解析を行う。

研究成果

研究成果は大きくは3つに分けられる。

第1は、「創造革新性パラドックス」の生起メカニズムに関する理論的整理と考察である(雑誌論文:古川,2014,2015; 図書:古

川,2015; 学会発表: 古川,2014)。

第2は、創造的アイデアの「履行」(実績および見込み)における抑制要因(組織内の壁や溝に関する認知)および促進要因(共に見るものの設定および対人コンタクトの特性)に関する実証的検討結果である(雑誌論文: 古川,2016; 学会発表: 古川,2015,2013,2014)。

第3は、抑制要因としての「壁」や「溝」の起因とそのメカニズムの検討結果である(発表準備中)。

以下で、それぞれの要旨を述べていく。

1 「創造革新性パラドックス」の生起メカニズムに関する先行研究および理論的整理

(1) アイディアの生成段階

職場において、新奇で有用性をもつ有望な創造的アイデアが生み出されて、練られる段階である。これへの関心は高い。新規のアイデアなしには競争力は保てないことはよく認識されているからである。そのために、ブレインストーミングの活用、発想法や創造性研修の開催、異業種交流、アイデア開発チームの編成、あるいは創造性を刺激できると考えられる方向への人事処遇制度の整備や改定が進められている。

また、組織における創造性に関して多くの理論的、実証的研究がなされてきている。それらを総合すると、組織や職場に創造的なアイデアが生まれる原理やプロセスについて、成員の個人特性、職場(チーム)や組織の持つ仕事環境の特性、およびそれら両者の相互作用の関数として検討されてきている(Shalley & Zhou, 2008; George, 2008; Shalley, Zhou, & Oldham, 2004 等のレビューがある)。これらの実証的研究の知見から得られる実践的示唆は多い。

個人特性としては、情報処理の柔軟さ(Taggar, 2002)、内発的意欲や自己効力感(Tierney & Farmer, 2002)あるいは新たな経験への開放性(MaCrae, 1987)などの効果が議論されてきており、最近では学習志向性の効果性(Gong, Huang, & Farh, 2009)なども検討されている。

管理者や組織による創造性促進の働きかけや仕事環境の設定に関しては、最近では、創造的な仕事課題や目標の設定、創造的目標達成に向けた活動に関するフィードバック、革新志向(transformational)のリーダーシップ、創造性発揮に対する報奨の効果などが検討されている(Gong, Huang, & Farh, 2009; Paulus, 2008; Shalley & Zhou, 2008 など)。

(2) アイディアの履行段階

履行段階とは、生成された創造的アイデアが放置されたり、立ち消えることなく、採用され、練り上げられて、具体的な製品、サービス、プロセス、あるいは手続きとして実現、実行される段階である。

この「履行段階」が確実になされることで、創造的アイデアは、具体的な価値を生み、競争力が得られて、組織や職場の業績につながる。逆に、この履行段階を乗り切れなければ、成果は何も生まれない。

履行段階は、組織や職場における創造性や仕事イノベーションにとって、決定的に重要な段階(位相)である。しかし履行段階について、これまでよく整理された検討と議論はほとんどなされてきておらず、関心の高まりは比較的最近である(Grant, A.M. & Berry, J.W., 2011; Miron-Spektor, E., Erez, M., & Naveh, E., 2011; Baer, M., 2012 など)。

独創性の高い着想、あるいはとても有望と期待できるアイデアであればあるほど、皮肉にも、この履行段階を克服できないことが多かたりする現実がみられる。それは、創造的アイデアの履行段階では、生成段階とは、異なるダイナミクスと法則が働くと考えられるからである(Miron-Spektor, E., Erez, M., & Naveh, E., 2011)。

(3) 創造革新性パラドックス発生4つの理由

第1の履行段階が難しい理由は、生成段階とは異なる原理が働くからである。

創造的アイデアの生成は、幅を広げた情報探索、自由な発想、柔軟な拡散的思考、リスクテイキングなどで促進される。したがって、職場内に、異質性を備えた多様な人材がいて、創造性に富む成員がいて、職場の創造性関連能力の醸成を図る管理者もいて、成員の盛り上がりがあれば可能である。

しかし創造的アイデアの履行は、職場内部では完結しない。諸々の制約の中で、他部署や関係者との相互調整が必須である。蓄積した方式の延長である漸進的イノベーションや新規イノベーションになるほど、関係部署(者)の理解を得るために、アイデアを磨き、補強する必要がある。すなわち、有望な企画案として認知され、組織の施策の中に公式に組み込まれ、予算化され、試作や試行にまで進む必要がある。

第2の理由は、創造的アイデアは、不確実な要素を抱えているからである。創造的アイデアによる企画は、従来の製品、サービス、仕事手順を、新たな(novel)ものに置き換えることを意味する。期待感を宿す一方で、必ず不確実さや不明瞭さを抱えている(Govindarajan & Trimble, 2010)。その不確実さは、予測可能と安定性を基礎に、効率性を旨として日々活動している関係者との間に、警戒感からくる「壁」、見解の違いによる「溝」を生じさせる。

第3の理由は、既存の利得の構造や利害関係との調整が必須であるためである。新たなアイデアがいかに有望でも(ただし企画提案者はそう思っても、その時点で有望と言うのは難しい)、その履行は、既存の利得の構造や利害関係とぶつかる。その瞬間から、厚い壁が出現する。

そして、創造的アイデアが出会う反対は、そのアイデアそのものが持つ価値やメリットの有無とはしだいに離れていき、アイデアの履行がもたらすであろう組織上の問題や私的な利害の有無にすり替わりやすい(Baer, 2012)。創造的なアイデアは、必要とされる各種資源(経費や予算、資材、要員など)を手に入れるにあたって壁に出会う。経営資源の確保には、新アイデアを快く思わない関係部署(者)から同意を取りつける宣伝PR、支援者の確保、組織内の政治力や術数が必須になる。その結果、履行されるアイデアの特徴は、新たに価値を生むのかどうかよりも、関係者から政治的な支持を得られそうかどうかに変質する。

第4の理由は、職場を構成している成員の個人特性が影響するからである。

アイデア生成には多様性や異質性の高さが推奨されてきているが、履行にはそれらが足かせになる可能性が最近の研究では示唆されている(van Knippenberg, De Dreu, & Homan, 2004)。

また、アイデアの生成を促進する個人特性は、アイデアの履行においては妨げにさえなる可能性も指摘されている(Miron, Erez, & Naveh, 2004)。創造的なメンバーは、個性が強く、独自の判断を好み、自信と自己主張も強く、協調性に欠ける面もみられたり、発案するのは好きだけれども、発案したことの有用性や行く末には関心が薄いとされる(Goncalo & Staw, 2006)。創造的な成員は、不確定な要素を抱える創造的アイデアをすぐには受け入れないどころか、反発さえ見せる関係者に、理解を求めて粘り強く働きかけ続けることは苦手かもしれない。

2 創造的アイデアの「履行」における抑制および促進要因に関する実証的検討

(1) 検討すること

創造革新性パラドックスの発生と、その克服方略に関する議論と検討は始められたばかりである(古川, 2015 に最新文献とともに詳しい)。組織で活動する個人を対象とする調査データによって3つを検討した。

第1は、創造革新性パラドックスが、組織で広く発生する可能性を把握すること。

そのために、創造革新行動を多く見せる個人ほど、アイデアを履行して行く上で、自職場内や他部門関係者との間に、価値観、発想や考え方、慣行や利害の隔たりを感じ(Govindarajan & Trimble, 2010)、そして理解や受け入れが得られない(壁や溝がある)と、より強く感じているとの予測を検討する。

また、この壁や溝認知の強さは、関係者に対峙することに終始している状態よりも、「共にみるもの」が意識されているときに緩和されると予測される。

第2は、創造的アイデアが検討され、具体化され、履行(実現)される上で、職場内お

よび他部門(部署)の関係者との間にある壁や溝の大きさが“抑制要因”として働くとの予測を確認する。

種々の違いに起因する壁や溝は、一度生まれると、関係者が互いに見合っている限りは、消えることはなく、越えにくい。それ故に、相互協力に必須である発想の転換も、行動の変容も生じにくい。そんな時に、きっかけを得て、関係者が「共に見るもの」(理念、経営課題、職場目標、共同価値など)を意識化できる(DeChurch, et al., 2013)と、発想と行動が変わり、協力できる可能性が高まり、壁と溝を越える感じを持てる。こうして、「共に見るもの」の意識化の高さは“促進要因”として働くことを確認する。

第3は、企画やプロジェクトの打合せ場面にみられる対人コンタクトの内容特性が、創造的アイデアの履行度に影響を与えていることを確認する。

これまで創造的アイデアの生成に対して、組織のビジョンや組織文化の特性が効果を持つことが示唆されてきており(Anderson, et al., 2014)、履行に対しても同様の効果を持ち得る可能性がある。

ただし、創造的アイデアの履行は、関係者同士の直接の交流を通して進むことを考えると、包括的なビジョンや組織文化特性、経営課題などの「共に見るもの」よりも、関係者間の日常的な対人コンタクト(企画やプロジェクト打合せの際のやり取り)の内容特性により強い影響を受けると考えられる。

そこで、対人コンタクト(交流)の内容特性については2つの軸を設けて検討する。

第1軸は、「論理・分析」と「情緒・包括」の軸である。明快な論理やデータ分析を添えるなど具体的な根拠に伴うコンタクトから、包括的な心情や情意が主なコンタクトへと広がる軸である。他者の意思決定や行動に対する働きかけ(Kipnis, et al., 1980)のうち、「論理的な(rational)働きかけ」と「情緒的な(inspirational)働きかけ」の2つが最も効果があるとの結果(Falbe & Yukl, 1992)を参考とした。第2軸は、「共同・一体」と「対峙・分別」の軸である。葛藤処理に関わる研究(Lovelace, et al., 2001)から得られる示唆で、共同と一体性を基調とし、強調するコンタクトから、相互に対峙し、違いへの注目を基調としたコンタクトへと広がる軸である。

(2) 調査データの収集

調査対象者

企業組織で勤務する132名。

測定項目

「創造革新行動」は、Zhou & George (2001) に拠り、新しく革新的なアイデアをいつも持っている、創造的なアイデアを関係者に発信している、など13項目で測定(5段階、自己評定、 $M=2.68$, $SD=.77$, $\alpha=.937$)。

「壁や溝の認知」は、企画やアイデアを進める上で価値観、発想や考え方、慣行や利

害の隔たりを感じ、理解や受け入れの得られにくさについて、「自職場内」(専門性の違いから、同僚と発想が異なると感じている、など4項目 $M=2.70$, $SD=.72$, $\alpha=.687$) および「他部門関係者との間」(これまでの伝統や慣行が定着し、幅を利かせていると感じている、など5項目 $M=2.98$, $SD=.62$, $\alpha=.731$) により、5段階で測定した。

「創造的アイデアの履行度」(実績)は、Baer(2012)を参考として、出されたアイデアは、有用な製品、手順、サービスとして具体化される、など3項目5段階 $M=2.67$, $SD=.81$, $\alpha=.886$) で測定した。また、現在取り組んでいる企画やプロジェクトの「実現見込み」についても1項目(3段階 $M=2.22$, $SD=.59$) で測定した。

「共に見るもの」については、会社レベル(会社が示す行動指針や価値観を、社員は理解している、など3項目 $M=2.90$, $SD=.85$, $\alpha=.830$)、職場レベル(職場では、共にめざし実現する課題、目標がはっきりしている、など3項目 $M=3.11$, $SD=.80$, $\alpha=.882$)、および関係者や外部(顧客や取引先に、一緒に実現する新たな価値を提案している、など3項目 $M=3.09$, $SD=.93$, $\alpha=.883$) を新たに考案し、5段階で測定した。

企画やプロジェクトの打合せ場面においてみられる「対人コンタクトの内容特性」を、関連研究を参考に、新たに開発、測定した。

先述の第1軸(「論理・分析」と「情緒・包括」)と第2軸(「共同・一体」と「対峙・分別」)をクロスさせると、4種類のコンタクト(A、B、C、D)が生まれる。社内で、他の部門や部署の関係者と、企画やプロジェクト案件を打ち合わせたり、検討する際に、出席者の間で、A~Dのような趣旨のやり取りが、全体を100としたときに、それぞれどのくらいの割合で見られるか回答してもらった。

(3) 明らかになったこと(分析結果)

創造革新行動と「壁」や「溝」の認知個人の「創造革新的行動」および「共に見るもの」それぞれの認知と、「自職場内における壁や溝の認知」および「他部門関係者との間の壁や溝の認知」との関係性について、階層的重回帰分析により検討した。

その結果は、個人の創造革新的行動の高さは、いずれの壁や溝の認知の高さに対しても、プラスの関係($p<.01$)を示した。自分の創造革新性を認識している個人ほど、予測通り、壁や溝をより強く感じていることが示された。こうして、創造革新性パラドックスの発生可能性が示唆された。

一方、「共に見るもの」(全体)の高さは、いずれの壁や溝の認知の高さに対しても、マイナスの関係($p<.01$)を示した。自職場内外の関係者との間で、共に見るもの(共通の価値、課題や目標など)を持つことによって、壁や溝の認知が緩和される(弱くなる)ことを示唆している。

そしてまた、創造革新行動と「共に見るもの」との間には、いずれの壁や溝の認知に対しても、交互作用の効果がうかがわれ、自職場における壁と溝の認知については、有意に近い($p<.10$)結果が示された。

創造的アイデア履行の抑制要因と促進要因創造的アイデアは、生成だけでなく、履行(実現)されなければ価値は生まれない。

職場における創造的アイデアの履行状況(実績)に対して、「創造革新行動」、「自職場内の壁溝」、「他部門関係者との壁溝」、および「共に見るもの」(会社レベル、職場レベル、関係者や外部)が、どのように関係しているかを、重回帰分析により検討した。

また、現在取り組んでいる企画やアイデアの実現見込みに対する関係性も、重回帰分析により検討した。

創造的なアイデアの履行(実績)に対して、予測した通り、「創造革新行動」と「共に見るもの」は、それぞれプラス方向の効果を持っていた。前者は有意な($p<.01$)、後者は有意に近い($p<.10$)効果を持っていた。

他方、実現見込みに対しては、「創造革新行動」の効果はなく、「他部門との壁溝」のマイナス効果、「共に見るもの」(特に職場レベル)のプラス効果がみられた。前者も、後者も、統計的有意性($p<.05$)を持っていた。

なお、「共に見るもの」について、会社レベルのそれ(ミッションや経営課題)は、履行に対してプラスの効果性はみられず、職場や関係者レベルで咀嚼されることの必要性が窺える結果であった。

対人コンタクト特性と創造的アイデアの履行先述のように、対人影響力および葛藤処理に関する研究成果を斟酌して、打ち合わせや検討におけるやりとり(コンタクト)の特性を、「論理・分析」と「情緒・包括」の軸と、「共同・一体」と「対峙・分別」の軸をクロスさせて、全体を100%として、4つのタイプの各割合を把握する測度を考案した。

4つのタイプそれぞれに割り振られた割合の全体平均値は、A(共同・一体と情緒・包括)タイプのコンタクトは23.6%($SD=13.6$)、B(共同・一体と論理・分析)タイプは27.4%($SD=12.7$)、C(対峙・分別と論理・分析)タイプは35.1%($SD=16.4$)、そしてD(対峙・分別と情緒・包括)タイプは14.0%($SD=11.7$)であった。

次に、対人コンタクトの4タイプそれぞれの多さ認知と、職場内および他部門関係者との間の壁溝の認知との相関係数を算出した。結果は明瞭で、いずれの壁溝の認知も、共同・一体を基調とするコンタクト(A、B)の割合が多いほど低く、対峙・分別を基調とするコンタクト(C、D)の割合が多いほど高かった。

また、対人コンタクトの各内容特性の多さが、創造的アイデアの履行実績および実現見込みとどのように関連しているかを重回帰分析により検討した。その結果は、履行実

績に対しては、対峙・分別を基調とするコンタクトの多さ（否定感情が濃厚なD、論理と根拠を求めるC）がマイナス方向の効果を示していた。これは、Cの問いに適切に対処できないことにも起因すると推察される。他方、実現見込みについては、C（対峙・論理分析）があっても、B（共同・一体）が伴われていればプラス効果が生まれることが示唆された。

(4) 分析結果のまとめ

創造革新性を認識している個人ほど、企画やアイデアを進める上で、自職場内や他部門の関係者との間に壁や溝があると、より強く感じており、創造革新性パラドックス生起の普遍性が示唆された。

創造的アイデアの履行において、職場内および他部門関係者との間の壁や溝の大きさは「抑制要因」として、他方、「共に見るもの」の意識化の高さは「促進要因」として働いていた。

いずれの壁や溝の認知も、共同・一体を基調とするコンタクト(A、B)の割合が多いほど低く、対峙・分別を基調とするコンタクト(C、D)の割合が多いほど高かった。すなわち、共同・一体の姿勢が、関係者間の「共に見るもの」の意識化を促進すると考えられる。

3 「壁」や「溝」の起因とそのメカニズムの検討

近年、職務活動において、連携と協働の機会が増大している看護職101名を対象として、他部署との「壁」や「溝」の発生契機について、質問票調査により、興味深い結果を得た。

「他部署との仕事上の接触の機会の多さ」と「部署や職場、職種を越えた交流や話し合いが頻繁に行われている」（交流や話し合いの頻度）が、「職場（職種）間の壁や溝」の認知（職場や職種間で、考え方やとらえ方が違い、ギャップがあると感じている）とどのように関係しているかを階層的重回帰分析により検討した。

その結果、接触機会の多少では壁や溝の認知に差異は見られなかった。ところが、交流や話し合いの頻度の高さでは、統計的に有意な差異($p<.05$)が認められた。

これは、壁や溝は、もともとあるわけではなく、他職種や他部署との接触機会があり、実際に、仕事の上で交流や話し合いの頻度が高くなると、壁や溝の存在がより認識されることを明瞭に示している。こうして、壁や溝は「動くことで顕在化する」ことがわかる。

主な発表論文等

(雑誌論文) (計 4 件)

1 古川久敬 創造的アイデアの履行における抑制および促進要因の分析 - 創造革新性パラドックスの克服に向けて. 日本経済大学大学院紀要, 第4巻, pp.31 - 56, 2016年 (査読有)

2 池田浩・古川久敬 集団目標管理と職務の相互依存性が職務パフォーマンスに及ぼ

す効果. (共著) 心理学研究, 86巻1号, 69-75. (2015年4月) (査読有)

3 古川久敬 組織集団における創造革新性パラドックスの発生メカニズムと克服方略に関する研究(2) - 創造的アイデアの履行(実現)プロセス. 日本経済大学大学院紀要, 3巻1号, 57-82. (2014年12月) (査読有)

4 古川久敬 組織集団における創造革新性パラドックスの発生メカニズムと克服方略に関する研究(1) - 創造的アイデアの生成と仕事イノベーション. 日本経済大学大学院紀要, 2巻2号, 1-21. (2014年3月) (査読有) (学会発表) (計 5 件)

1 Furukawa, H. & Ikeda, H. The Implementation of Creative Ideas in Work Organizations: Overcoming "Innovation Paradox." Paper presented at the 14th European Congress of Psychology(ECP) held in Milan, Italy on 7-10 July, 2015

2 古川久敬・池田浩 2015 創造的アイデアの履行における抑制および促進要因の分析 - 創造革新性パラドックスの克服に向けて. 産業・組織心理学学会第31回大会(明治大学)発表論文集, pp.115-118.

3 Furukawa, H. The Self-efficacy for Role Redefinition as a Critical Determinant of Employees' Proactive Behavior in Work Organization. Paper presented at the 28th International Congress of Applied Psychology(ICAP) held in Paris, France on 8-13 July, 2014.

4 古川久敬 2014 創造革新性パラドックスの発生メカニズムとその克服方略 - 「壁」と「溝」を越える組織マネジメント. 産業・組織心理学学会第30回大会発表論文集, pp.99-102.

5 Furukawa, H. Proactive Behavior of Employees through Managerial Intervention: Moderating Effects of Learning Goal Orientation. Paper presented at the 13th European Congress of Psychology(ECP) held in Stockholm, Sweden on 9-12 July, 2013.

(図書) (計 1 件)

古川久敬 2015 『「壁」と「溝」を越えるコミュニケーション』ナカニシヤ出版 全208頁

研究組織

(1) 研究代表者

古川 久敬 (FURUKAWA, Hisataka)
日本経済大学・経営学部・教授
研究者番号: 30190143

(2) 連携研究者

作田 稔 (SAKUDA, Minori)
日本経済大学・組織行動研究所・客員教授
研究者番号: 50649621

津曲 陽子 (TSUMAGARI, Yoko)
(現: 中里陽子) 鹿児島大学・教育センター・高等教育研究開発部・講師
研究者番号: 60644820