

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 6 月 7 日現在

機関番号：14301

研究種目：基盤研究(B) (一般)

研究期間：2013～2015

課題番号：25285115

研究課題名(和文) 国際コンテンツ製作ネットワークでのプロデューサーの創造性マネジメント能力の分析

研究課題名(英文) Comparative Analysis of Creative Capabilities and Routines of Producers in Japanese Contents Production Networks

研究代表者

若林 直樹 (Wakabayashi, Naoki)

京都大学・経営学研究科・教授

研究者番号：80242155

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 9,400,000円

研究成果の概要(和文)：本研究はコンテンツ産業における組織の創造性活性化のメカニズムとそれを行うプロデューサーのあり方を検討した。その結果、プロデューサーは、現場型、経営型に分かれるものの、ネットワーク、知識、製作スキルを持ち、発展する行動を取ることが、創造的なキャリアとなることが示され、彼らがプロジェクト組織においてネットワーキング、組織貢献、革新行動をとらせることが効果的だと明らかになった。日本の映像コンテンツ産業は、製作委員会という新ビジネスモデルのもとで、異業種企業間提携ネットワークが発達し、共有するソフト、ハードの経営資源を活用することで収入多元化した。ただ、その国際化、クラスター化には課題を持つ。

研究成果の概要(英文)：This research project aims to examine new creative capabilities of production project organizations and creative routines of producers in Japanese contents industries. In Japan, a cross-industry interfirm alliance of moving pictures and contents industries, so called "production consortium," has been developed as a new style of production project organization. It enables multi-use and diversifies income resources of contents. Eventually, it has evolved interorganizational networks and widened alliances, sharing managerial and financial resources. Thus, these networks become new social capital for contents production business. However, its internationalization of production consortium have problems, in adapting in Asian cultural contexts and exporting them. Producers in Japanese contents industries construct creative routines for this new business model, if they develop network, motivation and skill in these interfirm networks, instead of difficulties of their internationalization.

研究分野：経営組織論

キーワード：コンテンツ産業 プロジェクト組織 創造産業 プロデューサー管理能力 創造性活性化 クリエイティブケイパビリティ 創造産業クラスター

1. 研究開始当初の背景

日本コンテンツ産業は、その国際競争力において大きな経営課題を抱えていると言われる。コンテンツ産業は、近年、新たなコンテンツやデザインを創造する能力を持つ産業として、「創造産業」として概念化されているが、経営組織論の領域では、企業が組織的な創造性をどう構築、発揮するかという面で新たな理論と分析枠組が導入されている (Bilton, 2007)。従って、近年のコンテンツ産業の組織論的研究では、企業組織における創造性活性化をする組織能力の構築やその内容についての関心が集まっている。こうした面をコンテンツ産業のバリューチェーン、プロジェクト組織、プロデューサー能力についての次元から分析する枠組みの検討と日本と他国の国際比較が求められている。

(1) 本研究の位置づけ

日本のコンテンツ産業は、制作者のプロフェッショナル主義・厳密な権利管理・大作志向によるハリウッドメジャー型のモデルとは異なる独自の産業システムを遂げながら国際的な存在感を示してきたが、メディア再編のなかで、その発展可能性も曲がり角を迎えている (出口他編, 2009; 山下, 2005)。日本の価値連鎖全体の国際レベルでの低収益性は、かねてから業界全体で問題視され、2000年代に入り日本政府もコンテンツ産業振興策において、国際競争力について検討を行ってきた。ただ、日本のコンテンツ産業の近代化・資金調達円滑化・海外展開支援を組み合わせた既存政策は、その独自の強みや資源を必ずしも有機的に連関できていない。もはやコンテンツ産業研究からコンテンツ創造に関わる組織能力マネジメント研究への移行を要している (Bilton, 2007)。

海外の先進事例の学術研究のなかでは、コンテンツ産業における国際プラットフォームのなかで、製作ネットワーク組織の創造性を活性化させるプロデューサー能力特性が創造的組織能力 (Creative Capabilities) と位置づけられ、競争力源泉として国際的に重視され、開発課題になっている (Bilton, 2007)。企画から製作・流通までを束ねるプロジェクト・ネットワークの開発と管理は、企業家的な視野をもった提携関係の構築と管理に関する広い知識とスキルが不可欠である (Svejenova, 2005)。

従来の日本型モデルのコンテンツ製作における国際競争力の問題点は、アジアベースの国際製作のネットワーク組織を動かすのに必要なプロデューサーの創造性活性化能力の不足に起因すると考えられる。

(2) 国内外の研究動向

日本のコンテンツ産業の特徴については、経済学・地理学・法学等の研究成果を利用しながら、文化産業の公共政策としての検討が行われてきた (河島, 2009)。こうした創造的産業分野でのプロジェクト・ネットワークの研究は、近年、急速な展開があり、デジタル化を起点に創造性と国際的産業集積のパラドクスなど、研

究蓄積が積み重ねられてきている (Lampel and Meyer, 2008)。特に、業界内外をまたぐ異業種間プロジェクト組織の管理面が重要な分析単位として定着しつつあり、創造的産業における成果の成否を分けることがわかってきている (Bilton, 2007)。若林ら (2010) も、日本の製作委員会を独自の異業種間製作組織として研究を進めてきた。だが、国際的分業を内包する制度的メカニズムとその中核としてのプロデューサーの製作プロジェクトネットワーク組織に対する構築・管理能力の検討については十分に行われていない。

2. 研究の目的

日本と欧米・アジアのコンテンツ産業の制度的メカニズムの特徴を国際比較しながら、国際共同研究ネットワークの動きに連動しつつ、アジアベースの国際コンテンツ製作のプロジェクト及びそのネットワークに於いて創造性を活性化させるメカニズムの調査分析を行う。以上から競争力を持つ国際製作組織に対するプロデューサーの組織における創造性活性化能力 (Creative capability) の日本的特性の検討とその国際的な比較を行う。

これは、日本を中心としながら、どのような製作プロジェクト組織の展開があり、そこにおいてどのように創造的な製作者を評価、ネットワーク化、開発しているかについて国際比較で調査研究することを考えている。そしてコンテンツ製作のプロジェクト組織において、その創造性を醸成するプロデューサー能力の特質について分析したい。さらに海外研究協力者との共同研究を通じてその日本的特性を分析し、ひいてはアジア特性の検討も行うことも目的としている。

こうした研究を通じて、本研究の特色は、従来の日本のコンテンツ産業に関して、バリュー・チェーン (価値連鎖) と企業間分業に関わるネットワーク組織の特徴とそれを開発・管理するプロデューサーの特徴を記述分析するだけではない、創造性活性化能力についての組織理論の枠組みを導入しながらその特性と能力を分析するところにある。それを通じて、日本のプロデューサーについて、創造産業の経営管理者としての創造性活性化能力と競争力の向上の課題と方向性を検討する。

3. 研究の方法

本研究は、コンテンツ製作組織の持つ組織能力とそれを活性化させるプロデューサーの能力 (Creative Capability) の日本的特性を明らかにし、その国際化課題を検討するために、研究課題を以下4つのサブテーマに分けて内外の調査研究を行い、海外研究協力者との共同研究を行った。第一に、プロデューサーのコンテンツ製作組織における組織的な創造性活性化能力とプロデューサーの活性化能力の経営学理論の展開の分析と日本的特性の調査分析を行った。第二

に、映像産業における異業種間制作ネットワーク組織のメカニズムの時系列的分析と国際比較を行い、そこで組織の創造力活性化を促進するプロデューサー能力の調査分析を行った。第三に、日本の出版産業の国際化と電子化について研究し、それに伴う制作・流通の変化についての調査研究を行った。第四に、新たな産業クラスターとして、コンテンツ制作に関する創造産業クラスター開発についてのフィールド調査とその日欧比較を行った。

4. 研究成果

(1) 組織の創造性活性化能力理論の分析

今日、国際的なイノベーション競争が激しくなる中で、会社がどのように創造性を高め、新たな技術やサービスを生み出すかについて、国際的な経営学的な研究関心が高まり、その理論的な研究が進んでいる。こうした点について、若林(2015)は、研究整理を行い『日本経済新聞』に発表した。Amabile(1997)は、会社の創造性とは、イノベーションのきっかけを作り、新規で実用的なアイデアを生み出す活動である。日本企業は、確立されたビジネスで高い改善性をみせる反面、新規ビジネスの創造には強くないとの一般的な見方がある。

関口(2015)は、組織での創造性について、企業内で事業創造を担う上で、事業を創造することに自信を持っている「事業創造効力感」として捉えて、それに影響を与える従業員の行動特性に関する分析枠組を構築、分析した。従来の組織行動論の研究を概観しながら、「プロアクティブ行動」、「逸脱行動」、「ネットワーキング行動」の3要因がこの自信を高めるとみて、日本企業の従業員調査を行い、その影響を確認した。そして、それらの3要因の背景に、対人関係スキル(社会的スキル)、創造的内発動機、リスク志向の意識を持っている「アントレプレナー的な側面を持つ組織人」であることも確認した。このように、「プロアクティブ行動」、「逸脱行動」、「ネットワーキング行動」の3要因を高めることが創造的な事業への取り組みを誘発することが確認できた。

山下(2016)は、映像産業の創造的なプロデューサーのキャリア開発を分析している。ここではプロデューサーが実態的に、現場型と経営型に分かれていると指摘する。その上で、キャリア開発モデルとしては、山田・山下(2010)でもとりあげた Career Capital Pyramid Model が創造的なプロデューサーのキャリアにつながりやすいと考えた。そして、そこでの実際の創造的なプロデューサーを作ったキャリアパスは、企画にも精通した経営型プロデューサーの場合には、相対的キャリア形成であり、また現場型プロデューサーの場合には、創発的キャリア形成であると分析した。

(2) 制作ネットワーク組織

日本映画ビジネスは、2000年代に入り、「制作委員会」方式という独自の映画制作のビジネ

ス・モデルの普及と共に、再生した点を山下(2014)や若林ら(2015)は明らかにした。

制作本数も拡大するとともに、2000年代に入ると国内映画市場での市場占有率に関してハリウッド映画を逆転した。その背景には、1990年代以降の映画産業の企業だけではなく、異業種の企業が映画制作に関する提携を行う「制作委員会」という形態での映画制作数の拡大が見られる。制作委員会とは、「コンテンツの共同制作のために、複数産業からの企業から構成される短期的な企業間プロジェクト組織」であり、映画制作は主として大手テレビ放送企業が幹事となる場合が多い(山下, 2005; Wakabayashi et al., 2014)。この活動は、映画制作そのものではなく、むしろ映画制作に関する企画、資金計画や資源獲得、知的財産権管理、収益管理などの事業管理を行う仕組みである。映画の場合、典型的には、テレビ放送会社が幹事となり、映画会社、出版社、広告代理店、映画制作企業などのメディア企業や、キャラクタービジネスに関わる玩具メーカー、非メディア系のスポンサー企業などが一業種一企業の原則で入る。2000年代以降の日本の主要映画は、制作委員会で作られている。こうした制作委員会の発展は、映画制作に関わる企業間ネットワークを成長させると共に、そのネットワークの内から続々と新たな制作委員会が生まれる好循環を生み出している。

制作委員会は、映画及びコンテンツ制作に関する異業種企業間提携であり、その展開は、それに関わる企業間ネットワークを発展させるだけではなく、そのネットワーク自体が映画制作に関わる知識、ノウハウ、ルーティン、価値観、モチベーション、資源などを共有する場になっている。今日の提携理論では、ネットワークに、提携を行うのに必要な協力相手、経営資源、価値、知識、ルーティンが保有されており、それはネットワークの有する提携に関する「社会関係資本(Social Capital)」と考えられている(Salk & Vora, 2006)。若林ら(2014; 2015)は、こうした制作委員会が作る企業間提携ネットワークが2000年代一貫して発達していることを明らかにした。そして、アニメーション映画を制作する固定的で継続的な企業集団が高い成果を上げていることを示した。さらには、このネットワークの中核に、制作委員会の代表的メンバー企業である常連37社があり、それらが持ち寄る知識、ルーティン、ノウハウ、資源、事業機会などには、優位性があるため、その37社の参加は興行業績を高める経営効果があることを明らかにした。この常連37社の企業間ネットワークは、現在、映画制作に関する「実践の共同体」を形成していることを明らかにした。EGOS、欧州経営学会連合(EIASM)文化組織経営研究会、オックスフォード大学日産日本研究所セミナーで研究報告しより一定の評価を受けた。また、Research Policy 誌にて評価された。

ただ、山田(2013)は、第6回京都大学国際サービスイノベーションシンポジウムにおいて基

調講演をし、こうした製作委員会は、日本の独自性であるものの、国際化、アジア化には、大きな課題を抱えていることを指摘した。また、中本(2016)は、台湾におけるドラマ制作の人的ネットワークを分析して、中国語圏に展開する上で重要なネットワーク資源が視聴率上昇の場合は経営サイド、中国語圏浸透にはクリエイターサイドと異なることを明らかにしている。

(3) 日本の出版産業国際化

日本出版産業全体からみれば相対的に国際化の程度は未だ小さく、今後の発展の余地は大きく残されているといえる。神吉(2016)はそのような中で、株式会社トーハンのパリでのジャパン・エキスポへの関わりを通して、日本出版流通企業の国際化活動の事例分析し、出版産業独特の国際化の展開を示した。

日本の取次業者であるトーハン社はパリで開催されている Japan Expo において、出展企業や団体に対して、事務作業のサポートや代行サービスを提供している。その役割を担うにあたり、取次業で築き上げたコンテンツとの接点や信頼、および関係性をマネジメントする組織能力が活用されている。

(4) 創造産業クラスターの発展と課題

ポーターが先鞭をつけたクラスターという概念は、いま創造産業への適応が考えられている。既存の産業クラスター研究においては、もっぱら、製造集積、ハイテク産業の集積がこれまで焦点だった。しかし、近年は、サービス産業、ことに米国ハリウッドのコンテンツ産業や欧州デザイン産業などの新たな創造産業クラスターとそのイノベーションメカニズムが研究課題となってきた。新古典派経済学、進化経済学を背景とし地理的近接性をもたらす外部経済性の獲得を論理とする経済合理性に基づくクラスター像が提示される一方、制度派組織論が説明する、組織的近接性に基づく、知識の獲得、流通、また共有された規範を基盤とした社会的関係を論理とする説明も存在する。特に後者は埋め込み、場のマネジメント、実践共同体などの概念での論考が多い。

ただ、クラスターにおける創造性という概念を考えるに当たり、その組織を超えた空間的なものをいかにマネジメント、ガンバナンスを行なっていくかについては難しい問題を抱えている。それは創造産業の特殊性が絡む問題であるが、Inagaki(2016)では特に、創造産業クラスターの形成過程におけるクリエイターと政策主体の関係をミクロレベルの視角から検討を行なった。

大阪にあるメビック扇町という創造産業クラスターを事例に行われた Inagaki(2016)の調査は、7人のフリーランスクリエイター(グラフィック・デザイナー)と政策担当者としてのインキュベーションマネージャー(メビック扇町所長)を対象に半構造化インタビューが行われ、独自の集積のメカニズムの特性が検討された。

インタビューから、クリエイターの既存の取引関係からの脱却、またそれに果たす、政策担当者役割、クリエイター間の関係性の再構築等のプロセスが詳細に記述された。その中で、創造産業クラスターが機能するためのインセンティブを考える事の重要性、また、適切な人的資源を巻き込むための政策担当者の能力について指摘がされる。政策担当者は社会的なスキル(他人をモチベートして制度的変更のために協力をさせる能力)の開発が求められる。

その意味では、地域のコンテンツ創造を社会的な企業家の意味で展開する主体の役割が重要となる。野口(2016)は、若林と共に、近年地域活性化を考える議論でも同様に重要となる上記政策担当者のような、人を巻き込み、その気にさせる主体についての議論を行った。ここでは特に地域貢献への注目が必要となった大学(NPO)の、地域活性化に果たす役割、中でも社会科学系の大学教員の地域活性化に果たす役割について議論をしている。大学教員という存在は地域活性化における重要なアクターの1人であり、その地域をプロデュースする役割、つまり地域プロデューサーとしての役割が今後重要となる。それは地域社会を活性化するプロジェクトを立案、サポートし、それを動かす活動システムを作り、動かす役割を意味している。

社会科学系の大学教員は目に見える技術が不足するなか、そのビジョンでの連携を可能とする共通項を見つけ、そのプロジェクトを達成するために行う手段を設える必要がある。それは各主体のフリーライドを避けるため、一つの大目的に即し仕事を統合することを避け、個々のアクターで目的を設定し、仕事をしてもらうことを指摘しているのである。地域主体を多く取り入れ、そのプロジェクトの継続性を鑑み、システム化を行うプロデューサーとしての地域プロデューサーとしての活動が指摘される。

(6) まとめ

本研究はコンテンツ産業における組織の創造性活性化のメカニズムとそれを行うプロデューサーのあり方を検討した。その結果、プロデューサーは、現場型、経営型に分かれるものの、ネットワーク、知識、制作スキルを持ち、発展する行動を取ることが、創造的なキャリアとなることが示され、彼らがプロジェクト組織においてネットワーキング、組織貢献、革新行動をとらせることが効果的となることがわかった。日本の映像コンテンツ産業では、制作委員会という新ビジネスモデルのもとで、異業種企業間提携ネットワークが発達し、共有するソフト、ハードの経営資源を活用することで収入多元化している。ただ、その国際化、クラスター化には課題を持つ。

【参考文献】

Amabile, T. M. Motivating Creativity in Organization, *California Management Review*, Vol.40 No.1, 1997, pp.39-58.

Bilton, C., *Management and creativity: From creative industries to creative management*. Blackwell Publishing, Malden, MA: Oxford University Press, 2007.

出口弘他編著、コンテンツ産業、東京大学出版会、2009

Lampel, J. and Meyer, A.D., "Guest Editors' Introduction. Field Configuring Events as Structuring Mechanisms: How Conferences, Ceremonies, and Trade Shows Constitute New Technologies, Industries, and Markets." *Journal of Management Studies*, Vol. 45 No.6, 2008, 1025-1035,

Salk, J. E., Vora, D., "Research outside the 'core'." In O. Shenker, J. J. Reure, Handbook of Strategic Alliances, Thousand Oaks, CA, Sage, pp.381-396, 2006.

Svejenova, S. 'The path with the heart: creating the authentic career'. *Journal of Management Studies*, Vol.42 No. 5, 2005, pp.947-74.

また、研究代表者、分担者執筆の参考文献は 5 . 主な発表論文等を参照のこと。

5 . 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計 13 件)

中本龍市、台湾における TV ドラマ制作者ネットワークの進化：グループソーシャルキャピタルの効果、京都大学経済論叢、査読無、2016(発刊予定)

神吉直人、株式会社トーハンのパリ・Japan Expo への関わり、京都大学経済論叢、査読無、2016(発刊予定)

山下勝、映像プロデューサーの働き方とキャリア開発、日本労働研究雑誌、査読無、第 666 号、2016、58-69

Inagaki, K.、Collective Activities among Individual Agents for Cluster Development under the Hierarchical Business Structure、The Research Institute for Innovation Management, HOSEI UNIVERSITY WORKING PAPER SERIES、査読無、No.171、2016、1-23

山田仁一郎・林侑輝、電子出版企業の中国市場参入におけるビジネス・モデルの組織化、赤門マネジメントレビュー、査読有、2015、209-212

若林直樹、組織理論の発展において社会ネットワーク論の与えた新たな視点経済社会学会年報、招待、第 37 巻、2015、38-45

山田仁一郎・植田裕紀・柳淳也、日本における entrepreneurship 研究領域の書誌情報分析：学術翻訳語の普及過程とその多様性の継続、経営学研究、査読無、66(2)、2015、77-95

関口 倫紀、企業内人材の事業創造効力感を高める行動特性、一橋ビジネスレビュー、査読有、63(1)、2015、180-193.

若林 直樹・山下 勝・山田 仁一郎・野口 寛樹、凝集的な企業間ネットワークが発展させた映画製作の実践共同体：製作委員会方式による日本映画ビジネスの再生、組織科学、招待、48(4)、2015、21-34. DOI: 10.11207/soshikikagaku.48.4_21

山田仁一郎、大学発ベンチャー企業の成果と出口戦略 - 設立理由と経営者の属性関連観点から - 、文部科学省・科学技術・学術政策研究所ディスカッション・ペーパーシリーズ 査読無、No.123、2015、1-36

若林直樹、サービス業国際化の動機、日本経済新聞、招待、2015 年 12 月 21 日朝刊、23

若林直樹、『会社の創造性』研究進む、日本経済新聞、招待、2015 年 8 月 16 日朝、31

林侑輝・山田仁一郎、電子出版の中国展開にみるビジネスモデルの環境適合過程、大阪市立大学大学院経営学研究科ディスカッション・ペーパーシリーズ、OCU-GSB Working Paper、査読無、No.201406、2014、1-27

[学会発表] (計 17 件)

Wakabayashi, N.、Yamada, J.、Yamashita, M.、and Takai, K.、Evolution of Interfirm Alliance Networks and Revival of the Japanese Film Industry: Power of Film Production Consortium、The European Institute for Advanced Studies in Management, 5th Workshop on 'MANAGING CULTURAL ORGANISATIONS、2015 年 12 月 14 日 ~ 12 月 15 日、University of Bologna, Bologna, Italy、

Bebenroth, R.、Maimunah, I. and Sekiguchi, T.、Target employee's perceptions at post merger integration: Interpersonal and procedural justice perceptions leading to organizational identification、The International Symposium on Business and Social Sciences、2015 年 12 月 3 日、Tokyo, Japan.

足立訓史、伊藤智明、山田仁一郎、江島由裕、企業家による事業認識変化プロセスの解明—「遂行的」なビジネスモデル構築過程に着目して—、日本ベンチャー学会第 18 回全国大会、2015 年 10 月 31 日、小樽商科大学、小樽市

山田仁一郎、大学発ベンチャーの出口戦略と地域の事業生態系、日本ベンチャー学会第 18 回全国大会「統一論題：地域オープン・イノベーションと企業家研究の

可能性」、2015年11月1日、小樽商科大学、小樽市

中本龍市、中華圏ドラマの製作者ネットワーク分析：台湾トレンドドラマを対象として 紫苑研究会、2014年11月22日、愛知学院大学、日進市

若林直樹、組織理論の発展において社会ネットワーク論の与えた新たな視点、経済社会学会第50回全国大会(招待講演)、2014年9月20日~9月21日、流通経済大学、龍ヶ崎市

Wakabayashi, N., Yamada, J., Yamashita, M. and Nakamoto, R. Evolution of Interfirm Alliance Networks and Revitalization of the Japanese Film industry: Power of Film Production Consortium.、International Scholarly Association of Management 2014 World Congress、2014年9月2日~9月3日、明治大学、東京都千代田区

林侑輝・山田仁一郎、電子書籍ビジネスモデルと新興市場参入戦略、企業家研究フォーラム年次大会、2014年7月19日、大阪大学、豊中市

Inagaki, K.、Could networking activities feed relational assets among the small firms under the policy of industrial cluster development?、30th EGOS Colloquium、2014年7月3日~7月5日、School of Management Erasmus University、Rotterdam

山田仁一郎、ベンチャーの出口戦略と離脱・発言・中性 組織学会研究発表大会2014年6月22日、北海道大学、札幌市
Lie, J., Seziguchi, T. and Hosomi, M.、How leader-member exchange influences employees' commitment and job performance: The role of job crafting、The Association of Japanese Business Studies (AJBS) 27th Annual Conference、2014年6月21日、Vancouver, Canada

山田仁一郎、クリエイティブ産業における日本企業の国際バリューチェーンのボトルネック、組織学会定例研究会(招待講演)、2013年12月9日、コンファレンススクエアエムプラス、東京都千代田区

山下勝、クリエイティブ産業の国際バリューチェーン確立のために何ができるか：海外市場開拓、組織戦略、人材育成、政策」組織学会定例研究会(招待講演)、2013年12月9日、コンファレンススクエアエムプラス、東京都千代田区

Yamada, J.、Some Issues for Global Value Chain Development of Japanese Firms in Asia: From the Perspective of Creative Industry Corporate Producers.、The 6th International Symposium on Service Innovation, Globalized Creative Industry and Emergence of Asian Producers (招待講

演)、2013年11月29日、京都大学、京都市

中本龍市、台湾ドラマは、どう作られているのか?、淡江大学大学院亜州研究所 在学研究成果報告、2013年10月28日、淡江大学、台湾

Wakabayashi, N., Yamada, J. and Yamashita, M.、Revival of the Japanese Film industry through Media Mix Promotion Alliance: The Power of Film Production Consortium.、Nissan Seminar, Oxford University (招待講演) 2013年10月25日、Nissan Institute of Japanese Studies, Oxford University, Oxford
若林直樹、サービス経営学における顧客経験マネジメントと新たな組織的課題、2013年度サービス学会第1回国内大会基調講演(招待講演)、2013年4月11日、同志社大学、京都市

〔図書〕(計 3 件)

DeFilippi, R. and Wilstrom, P. (eds.); Wakabayashi, N., et al.、Edward Elgar Publishing、International Perspectives on Business Innovation and Disruption in the Creative Industries: Film, Video and Photography、2014、288

山下勝、日経 BP、プロデューサーシップ 想像する組織人の条件、2014、399

Shavinina, L. V. ed., Yamashita, M. and Yamada, J. et al.、Routledge、Routledge International Handbook of Innovation Education、2013、663

6. 研究組織

(1) 研究代表者

若林 直樹 (WAKABAYASHI NAOKI)
京都大学・大学院経営管理研究部・教授
研究者番号：80242155

(2) 研究分担者

稲垣 京輔 (INAGAKI KYOUSUKE)
法政大学・経営学部、教授
研究者番号：10327140
関口 倫紀 (SEKIGUCHI TOMOKI)
大阪大学・経済学研究科(研究院)・教授
研究者番号：20373110

山田 仁一郎 (YAMADA JINICHIROU)
大阪市立大学・大学院経営学研究科・教授
研究者番号：40 325311

山下 勝 (YAMASHITA MASARU)
青山学院大学・経営学部・教授
研究者番号：80348458

中本龍市 (NAKAMOTO RYUICHI)
椋山女学園大学・公立私立大学の部局等・講師
研究者番号：80616136