

科学研究費助成事業 研究成果報告書

令和 5 年 6 月 26 日現在

機関番号：34506

研究種目：若手研究

研究期間：2020～2022

課題番号：20K13631

研究課題名（和文）価値共創における個人知活用の意義－持続的幸福感との関連性－

研究課題名（英文）The Significance of Utilizing Personal Knowledge in Co-Creation: Relationship to Well-Being

研究代表者

青木 慶 (Aoki, Kei)

甲南大学・マネジメント創造学部・准教授

研究者番号：50761045

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,700,000円

研究成果の概要（和文）：本研究の目的は、個人知を活用することの有用性を提示し、価値共創のさらなる発展に寄与することであった。その背景には、個人の知識や能力を、社会で活用しきれていないという問題意識がある。これを解消するひとつの方法として、本研究ではスキルシェア（個人間で必要なスキルを取引すること）の活用に着目し、スキルシェア参加者が得るメリットを精査した。その結果、スキルシェアを行うことで、当人のウェルビーイング（心身ともに健やかであること）が向上することが示された。またその効果は、スキルシェアの目的が報酬目的でも趣味目的でも同様であった。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究では、スキルシェアが金銭的な報酬をもたらすだけでなく、人々のウェルビーイングを向上させることを明らかにした。政策的にシェアリングエコノミーの拡大が進められる中、経済的価値のみならず、社会的価値の派生を示した点が、本研究の学術的・社会的な意義である。またこの結果は、スキルシェアがウェルビーイングを向上させる副業になりうることを示唆する。働き方が多様化し、リカレント教育やリスキリングなど大人の学びが政策的に進められるが、獲得した知識を活かすことで、人々のウェルビーイングが向上するという事実は、意義のあるものであると考えている。

研究成果の概要（英文）：The purpose of this study was to present the usefulness of utilizing personal knowledge and to contribute to the further development of co-creation among all stakeholders. In the background, there is an issue that the knowledge and abilities of individuals are not fully utilized in society. This study focused on the use of knowledge-sharing as a solution to this problem, and examined the benefits that participants in knowledge-sharing can gain from it. The results showed that knowledge-sharing improves the wellbeing of the participants. Moreover, the effect was equivalent whether the purpose of knowledge sharing was for remuneration or for hobby purposes.

研究分野：マーケティング

キーワード：個人知 スキルシェア ウェルビーイング

1. 研究開始当初の背景

本研究の背景には、社会に出ることなく、個人の中に埋もれたままの知識や能力をいかに引き出すかという課題意識がある。ユーザーイノベーションの研究では、社会に有用な個人のアイデアが、活用されることなく個人に固着している状況が指摘されてきた(引用文献 1, 2)。これに対する解決策として、Aoki(引用文献 3)はシェアリングエコノミーにおけるスキルシェアに着目し、スキルシェアが当事者の持続的幸福感を高めるという研究結果を示して、その有効性を説いた。

研究開始年である 2020 年は、世界的に COVID-19 の感染拡大の影響を受けて、様々な分野でパラダイムシフトが加速した。日本でも、外発的に働き方改革やデジタルシフトが促され、副業や複業が受容され始めた。このような潮流は、個人のスキルの重要性を浮き彫りにし、図らずも本研究テーマの意義がより重要性を増す社会状況となった。

2. 研究の目的

本研究の目的は、個人の幸福感を高めるメカニズムを明らかにすることである。それによって、個人知の活用を促進し、社会に有用な価値を創出することを目指す。シェアリングエコノミーの発展に伴い、個人が参画する Consumer to Consumer (C to C) ビジネスが活況である。本研究では、その中でも特に、個人知を活用するための有効な施策として、知識や経験などの無形資産を活用するスキルシェアに焦点を当てて、当事者への便益について考察した。

なお、本研究において、スキルシェア参画者とは、隙間時間などを活用して、個人の知識や能力を、それを必要とする人に提供する人を指す。副業として行う場合もあれば、趣味やボランティアで行う場合もある。本研究では、金銭的報酬を得ることを目的とする人を「副業者」、それ以外の人を「非副業者」として区別し、両者の違いについても考察した。

3. 研究の方法

本研究は、以下の手順で進められた。

- (1) スキルシェア参画者へのインタビュー調査
- (2) スキルシェア参画者と非参画者のアンケート調査

(1) のインタビュー調査は、スキルシェア参画者の持続的幸福感が向上するという研究結果(引用文献 3) を踏まえて、なぜそうなるのかを追究するために実施した。大人のレゴファンを中心に、何らかの形でスキルシェアを実施している 15 名を対象に、デプス・インタビューを実施した。インタビューの結果は、GTA の手法を用いて分析した。

(2) のアンケート調査は、スキルシェア参画者の中でも、副業者と非副業者の比較を行うために実施した。それに先立って、スキルシェア参画者と非参画者の持続的幸福感の比較を行い、先行研究(引用文献 3) との整合性を確認した後で、両者のモチベーションや、持続的幸福感の水準について分析した。

なお、持続的幸福感とは、ウェルビーイングに寄与するものであり、ポジティブ感情(Positive emotion)・エンゲージメント(Engagement)・他者との関係性(Relationship)・人生の意味・意義(Meaning)・達成感(Achievement) という 5 つの要素(PERMA) から成る(引用文献 4)。本研究では、Butler & Kern(引用文献 5) が開発した、15 項目から成る PERMA の尺度を用いて、回答者の持続的幸福感を計測した。

モチベーションについては、ユーザーイノベーションの研究で、オンラインの共創プロジェクトに参加者のモチベーション項目として開発された、10 のモチベーション項目(引用文献 6) を用いた。

4. 研究成果

インタビュー調査の結果、スキルシェア参画者(大人のレゴファン)は、自分が長年培ってきた知識や経験を、他者に共有することで、さらに深化させており、それがさらなる知識共有(スキルシェア)への原動力となっていた(図 1)。また、インタビューーらの関心は、最終的には次世代を担う子供たちの創造力を育むことに向けられていた。そして、一連のプロセスにおいて、PERMA の要素との関連性が確認され(図 1)、インタビューーらが知識を共有し、他者との交流を通じてウェルビーイングを向上させているという結果が得られた。また、仲間内の知識共有だけ

でなく、世代を超えた知識の伝承の環が確認されたことは、本調査において重要な発見であった。

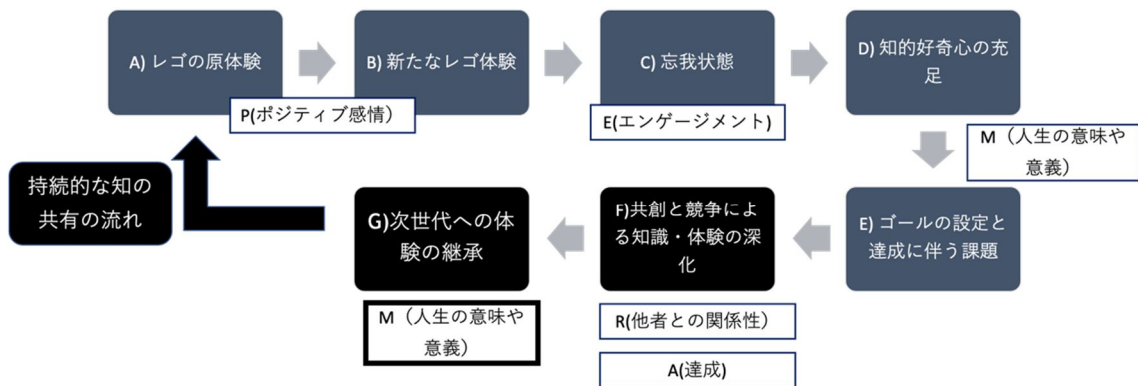


図 1 レゴファンの知識共有の流れ

インタビュー調査では、趣味としてスキルシェアを行う人もいれば、趣味が高じて、副業や本業として携わる人もいた。しかしながら、両者のモチベーションに差異は見受けられなかった。この事象は、レゴ特有のものであるのか、一般的なものであるのかが次なる研究上の問いとして浮かび上がってきた。そのため、18-65歳の男女を対象にアンケート調査を実施し、スキルシェア参加者の中でも、副業者と非副業者の違いについて分析した。

アンケート調査の結果、まず、スキルシェア参加者 (n=1,031) と非参加者 (n=983) の PERMA の水準は、5項目全てにおいて、前者が有意に高いことが示された。これに対して、副業者 (n=419) と非副業者 (n=612) の PERMA の水準は、どの項目においても有意差が確認されなかった (表 1)。さらに、モチベーションについては、10項目中、有意差が確認されたのは、「報酬」と「他者貢献」の2項目のみであった (表 1)。副業者が報酬に高く動機づけられていることは、当然ともいえる結果であるが、他者貢献という項目で有意に高い水準を示した点は、注目に値すべきである。これについては、報酬を支払われることで、より自身のスキルが必要とされていることを実感できるのではないかとみている。

表 1 副業者・非副業者の比較結果

	α	副業者 (n=419)		非副業者 (n=612)		t値
		M	SD	M	SD	
PERMA						
Positive emotion	0.85	6.27	1.84	6.20	1.72	0.61
Engagement	0.79	6.47	1.69	6.45	1.58	0.14
Relationship	0.81	6.02	1.96	6.05	1.72	0.26
Meaning	0.87	6.04	1.98	6.03	1.71	0.06
Accomplishment	0.84	6.42	1.73	6.28	1.63	1.29
動機づけ						
楽しい		4.96	1.50	4.87	1.53	0.95
知的好奇心の充足		4.78	1.47	4.66	1.43	1.31
他者貢献		5.04	1.50	4.83	1.42	2.16 *
交流		4.57	1.50	4.51	1.46	0.59
腕試し		4.87	1.44	4.75	1.40	1.32
情報収集		4.63	1.45	4.54	1.45	1.05
スキルの向上		4.98	1.46	4.82	1.46	1.72
他者認証		4.63	1.42	4.48	1.37	1.70
ニーズの存在		4.75	1.50	4.64	1.41	1.15
報酬		5.08	1.57	4.27	1.55	8.19 ***

* p<.05; ***p<.001

最後に、どのモチベーション項目が PERMA の要素と関連しているのかを確認するために、重回帰分析を実施した。その結果、「他者貢献」が PERMA の要素 5 項目全てに、そして「楽しい」が 5 項目中 4 項目で、有意に関連していることが示された。その他、「知的好奇心の充足」、「情報収集」も PERMA の要素との有意な関連性が確認された。

表 2 重回帰分析結果

従属変数	Positive emotion	Engagement	Relationship	Meaning	Accomplishment	VIF
説明変数						
動機づけ						
楽しい	0.12 *	0.10 *	0.12 *	0.11 *	0.02	2.53
知的好奇心の充足	0.05	0.10 *	0.03	0.08	0.07	2.49
他者貢献	0.12 *	0.16 ***	0.10 *	0.16 ***	0.21 ***	2.53
交流	0.08	0.00	0.08	0.04	0.02	1.79
腕試し	0.07	0.08	0.07	0.08	0.08	2.74
情報収集	0.09 *	0.06	0.06	0.07	0.08 *	1.98
スキルの向上	-0.02	0.01	-0.02	-0.02	0.00	2.91
他者認証	-0.03	0.04	-0.04	0.00	0.02	2.08
ニーズの存在	0.02	0.02	-0.03	-0.06	0.07	2.45
報酬	0.00	0.02	-0.03	-0.06	0.04	1.35
コントロール変数						
性別	-0.01	0.00	-0.01	0.03	-0.01	1.39
年齢	-0.08 *	-0.09 **	-0.15 ***	-0.14 ***	-0.08 *	1.34
婚姻状況	0.09 *	0.00	0.13 ***	0.12 ***	0.03	1.27
最終学歴	0.04	0.04	0.08 *	0.07 *	0.09 **	1.15
就業状況	-0.04	-0.07	-0.05	-0.06	-0.03	1.63
個人年収	0.09 *	0.05	0.05	0.14 ***	0.10 *	2.00
R^2	0.17	0.23	0.10	0.15	0.24	
F値	11.51 ***	16.44 ***	7.16 ***	10.13 ***	17.88 ***	

この結果は、インタビュー調査の結果と整合する。まず、スキルシェアが「楽しい」という動機づけスタートし、次世代への継承という形での、「他者貢献」に終着している。そして、そこに至るプロセスで、「知的好奇心を充足」させたり、他者との共創的に競い合うことで「情報収集」を行ったりすることで、自らの知識や経験を深化させている。インタビュー調査の結果が、定量的に裏付けられる形となった。

以上の結果から、スキルシェアは報酬目的・趣味目的に関わらず、人々が楽しみながら他者貢献を行い、結果としてウェルビーイングが向上すると結論づける。政策的にシェアリングエコノミーの拡大が進められる中、経済的価値のみならず、社会的価値の派生を示した点が、本研究の学術的・社会的な意義である。またこの結果は、スキルシェアがウェルビーイングを向上させる副業になりうることを示唆する。働き方が多様化し、リカレント教育やリスキリングなど大人の学びが政策的に進められるが、獲得した知識を活かすことで、人々のウェルビーイングが向上するという事実は、意義のあるものであると考えている。

<引用文献>

1. De Jong, J.P.J.; von Hippel, E.; Gault, F.; Kuusisto, J.; Raasch, C. Market failure in the diffusion of consumer-developed innovations: Patterns in Finland. *Res. Policy* **2015**, *44*, 1856–1865. DOI: [10.1016/j.respol.2015.06.015](https://doi.org/10.1016/j.respol.2015.06.015).
2. von Hippel, E.; DeMonaco, H.J.; De Jong, J.P.J. Market failure in the diffusion of user innovations: The case of “off-label” innovations by medical clinicians. *Sci. Public Policy* **2017**, *44*, 121–131. DOI: [10.1093/scipol/scw042](https://doi.org/10.1093/scipol/scw042).
3. Aoki, K. The relationship between well-being and knowledge sharing. *Sustainability* **2021**, *13*, 9, 4978. DOI: [10.3390/su13094978](https://doi.org/10.3390/su13094978).
4. Seligman, M.E.P. *Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-Being*; Free Press: New York, NY, USA, 2011.
5. Butler, J.; Kern, M.L. The PERMA-Profil: A brief multidimensional measure of flourishing. *Int. J. Wellbeing* **2016**, *6*, 1–48. DOI: [10.5502/ijw.v6i3.526](https://doi.org/10.5502/ijw.v6i3.526).
6. Füller, J. Refining virtual co-creation from a consumer perspective. *Calif. Manag. Rev.* **2010**, *52*, 98–122. DOI: [10.1525/cmr.2010.52.2.98](https://doi.org/10.1525/cmr.2010.52.2.98).

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計6件（うち査読付論文 5件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 6件）

1. 著者名 Kei Aoki	4. 巻 -
2. 論文標題 The Relationship between Fandom and Well-Being.	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 IntechOpen Happiness and Wellness - Biopsychosocial and Anthropological Perspectives	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.5772/intechopen.106870	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 Kei Aoki	4. 巻 -
2. 論文標題 Enhancing Well-Being through Knowledge Sharing -Participants' Paths-	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 IntechOpen From Theory of Knowledge Management to Practice	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.5772/intechopen.1001936	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 Aoki Kei	4. 巻 -
2. 論文標題 Why Knowledge Sharing Increases Well-being - The Case of Adult Fans of LEGO	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 IntechOpen	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.5772/intechopen.104556	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 Kei Aoki and Chikako Ishizuka	4. 巻 8(1)
2. 論文標題 How to Build Sustainable Customer Engagement that Impacts Customers' Well-being?	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 International Journal of Psychology & Behavior Analysis	6. 最初と最後の頁 1-9
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.15344/2455-3867/2022/186	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 Kei Aoki	4. 巻 13 (9)
2. 論文標題 The Relationship between Well-Being and Knowledge Sharing	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 Sustainability	6. 最初と最後の頁 4978
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.3390/su13094978	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 Kei Aoki	4. 巻 2
2. 論文標題 Social value created by co-creation - new aspects of consumer participation	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 Impact	6. 最初と最後の頁 82-84
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.21820/23987073.2021.2.82	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

[学会発表] 計9件 (うち招待講演 0件 / うち国際学会 4件)

1. 発表者名 青木慶
2. 発表標題 推し活と持続的幸福感の関係性 -顧客エンゲージメントの観点からの考察-
3. 学会等名 日本消費者行動研究学会 第65回消費者行動研究コンファレンス
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 Kei Aoki
2. 発表標題 The Impact of Knowledge Sharing Positioning on Well-Being: Work vs. Hobbies
3. 学会等名 2023 AMA Winter Academic Conference
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 Kei Aoki
2. 発表標題 Why Knowledge Sharing Increases Well-being -the case of Adult Fans of LEGO-
3. 学会等名 35th World Summit on Positive Psychology, Happiness, Mindfulness, and Wellness (国際学会)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 青木慶
2. 発表標題 スキルシェアの位置付けと持続的幸福感の関係性-副業と趣味の比較検討-
3. 学会等名 日本マーケティング学会 マーケティングカンファレンス2022
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 Kei Aoki
2. 発表標題 Why Knowledge Sharing Increases Well-being -the case of Adult Fans of LEGO-
3. 学会等名 The 2nd International Conference on Neuroscience and Psychiatry (国際学会)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 Kei Aoki
2. 発表標題 The relationship between well-being and the diffusion of user innovations
3. 学会等名 32nd International Congress of Psychology (国際学会)
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 青木慶
2. 発表標題 なぜ知の共有が持続的幸福感を高めるのか -AFOLの事例より-
3. 学会等名 日本マーケティング学会 マーケティングカンファレンス2021
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 Kei Aoki
2. 発表標題 Why Knowledge Sharing Increases Well-being -the case of AFOL-
3. 学会等名 2022 AMA Winter Academic Conference (国際学会)
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 青木 慶
2. 発表標題 個人知の活用と持続的幸福感の関係性 スキルシェアがもたらす社会的価値
3. 学会等名 日本マーケティング学会
4. 発表年 2020年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
---------	---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8 . 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------