

平成 30 年 6 月 27 日現在

機関番号：34310

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2014～2017

課題番号：26380545

研究課題名(和文) 潜在的イノベーション機会・アイデアの創出・表出プロセスに関する実証研究

研究課題名(英文) The Study for Factors to Facilitate Knowledge/Ideas Sharing Behavior

研究代表者

BYOSIERE P・H・R (Byosiere, Phillippe)

同志社大学・ビジネス研究科・教授

研究者番号：50367976

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,500,000円

研究成果の概要(和文)：本研究の主たる目的は、組織内でアイデアが共有されるための諸条件を明らかにすることである。具体的には、組織内での知識移転・共有といったイノベーションを促進させるための要因分析を行った。分析の結果、個人特性として、「責任感が強い」とイノバティブ行動を起こしやすい可能聖が示唆された。また、「チームワークを喚起してくれるリーダー」「新たなこと・困難なことに挑戦することを促進してくれる上司」がいる場合、アイデア共有が進みやすいことが示唆された。また、「新たなこと・困難なことに挑戦することを促進してくれる上司」がいること、イノバティブ行動の頻度が高いことは働きがいも高めるという結果が得られた。

研究成果の概要(英文)：In this study, we investigated the factors to facilitate knowledge/ideas sharing behavior in Japanese workers. The behavior to share knowledge and ideas must be one of the key drivers for innovation. As the results of our data collected from Japanese workers via internet survey, we pointed out that the person(s) who have a strong sense of responsibility tends to do knowledge/idea sharing. Also, the existence of leaders who can stimulate/build up teamwork and who encourage their subordinates to take new challenges make workers do more knowledge/ideas sharing.

研究分野：知識マネジメント

キーワード：知識マネジメント イノベーション 知識共有 職場環境 個人特性

1. 研究開始当初の背景

戦略的経営の研究において、知識(knowledge)とイノベーションは競争優位を獲得するための重要な資源とされている。知識と競争優位獲得を結びつける際に、最も重要となるのが個人-組織間での知識移転能力であるが、それらに関する研究は十分にあるとはいえない(Barney, Wright and Katchen, 2001)。そこで、本研究では、組織内に存在する「個人の知識」と組織外に存在する「知識・情報」をいかにして組織内に移転して組織能力そして競争優位を獲得するかを解明するに資する研究を行うことを念頭に置いた。

組織において真に必要とされる情報とリーダーの考える市場状況との乖離や暗黙知の移転・共有など、組織が考えるべき知識・情報のマネジメントは多岐にわたる。暗黙知は公式化や移転が難しいため、競争優位を獲得のための重要な資源として注目されており(Lubit, 2001; Nonaka, 1991)、暗黙知の移転にはトライアル・アンド・エラー(trial and error)による試行錯誤の中において組織内での対話を通じて組織知へと進化していく(Nonaka and Takeuchi, 1995)。これらの議論を踏まえて、応募者は、企業は絶え間なく新たな知識を創出し続けることでイノベティブかつ競争優位性を築き得る(Byosiere and Luethge, 2008)と考え、個人が持つ暗黙知が組織内で表出されるモデルに関する実証研究の重要性を考察する必要性を認識した。

イノベーションにおける知識及びアイデアの重要性は注目されているが、実際には、多くの企業の内部には相当数の新たなアイデアは存在しており、アイデアの数が少ないという問題が生じることよりも、むしろ、企業がそれら多くのアイデアの中から最適なアイデアを選び出す術を知らないこと、外部の情報と組織内での意思決定をうまくつなげることができないこと、個人が新たなアイデアを企業(組織)に対して発信しにくいことが問題であると考えられる。この問題意識を発信点として、本研究では組織内でのアイデアが共有されるための諸条件を明らかにするべきだと考えた。

また、経営者をはじめとするトップマネジメントと市場あるいは組織外の知との乖離もあると考えられ、外部から得た知をいかにして組織内部に落とし込み、イノベーションにつなげるかを検討する必要性についても、事前ヒアリングなどを通じて、認識しており、これら乖離の現状を明らかにすることも本研究で行うべき一つのトピックとなる。

2. 研究の目的

本研究の目的は2つある。まず、イノベー

ションにおける知識及びアイデアの重要性が注目されつつあるにも関わらず、組織内での知識共有・提供がスムーズになされない点を鑑みて、組織内でアイデアが共有されるための諸条件を明らかにすることである。

第二の目的は、経営者をはじめとするトップマネジメントが考える組織内の知と市場・組織外の知との乖離の現状を明らかにすることである。

3. 研究の方法

本研究においては、具体的には、以下の2つの方法で研究が進められた。上記問題意識に基づき、まず、以下のような研究方法を取った。

(1)経営者をはじめとするトップマネジメントと市場あるいは組織外の知との乖離についての実証分析を行った。具体的には、自動車産業を取り上げ、自動車産業の経営陣と若年者の意識の乖離、とりわけ自動車に対する意識の乖離を明らかにするためにアンケート調査及び分析を行った。

(1)については、大学生を対象としたアンケートを実施し、若年層と自動車産業の経営陣の間での自動車や社会経済的意識の違いなどを分析した。本研究は、外部から得た知をいかにして組織内部に落とし込み、イノベーションにつなげるかを検討するために行った。本研究は、2013年9月に日本自動車工業会の幹部が都内大学において若者の自動車離れへの懸念について発言した際に、「若者と自動車を取り巻く環境が変わったこと」を示唆する発言を行ったことから着想を得た。組織内のマインドセットと組織外に存在する顧客・社会の要求や知の間にギャップがある状況をいかにして克服するべきかを検討する必要がある。そこで、上記アンケート分析において、若者の自動車離れの要因を明らかにするべく、因子分析などを行った。

(1)で組織外との知のギャップの現状を明らかにした。続いて、組織内における知識・アイデアの共有を促進させる要因について考察を行った。

(2)組織内でのアイデア共有を促進させる個人特性及び職場環境を考察するための実証分析を行った。具体的には、組織内でアイデアを共有するために必要となる個人特性や職場特性について明らかにするべく、インターネット調査を通じて、調査・分析を行った。

(1)で検討した組織外の知の取り込みに成功したとしても、組織内で知(アイデア)が共有されなければ、それらの知の取り込みは意味をなさない。そこで、知を組織内で共有する際に必要となる個人特性(責任感、情熱、

仕事への自信、など)と職場特性(上司のリーダーシップ、職場の雰囲気、など)を明らかにした。ここでは、知識共有や提案といった行動(イノバティブ行動; innovative behavior、と命名)を従属変数とした分析を行った。また、知識共有と同様に、働きがいを従属変数とした分析も行った。

4. 研究成果

(1)大学生を対象としたアンケート分析の結果、若年層の自動車への意識として、象徴的(シンボリック; symbolic)物品として自動車を捉える因子、自動車を道具(インストルメンタル; instrumental)として捉える因子と楽しむため(ファン: fun)のモノとして捉える因子などが抽出された。各因子の具体的な内容としては、シンボリックとは「自動車を持つこと、あるいは誰もがうらやむような自動車は自身の成功などを表す象徴物である」という考え方である。インストルメンタルとは「自動車は移動の手段に過ぎない」「自動車がA地点からB地点への移動の道具である」という考え方で、ファンとは「自動車を自身を解放してくれる」「車に乗ることがただただ楽しい」といった考え方である。

分析の結果、大学生の多くは車を道具的(すなわち、インストルメンタル)なモノとして捉えており、シンボリックなモノとして捉える者が少ないことが分かった。また、男女比較の結果、女子大学生は男子大学生よりも自動車に対する道具的意識が高く、シンボリックな意識は低いことが明らかになった。この分析結果は、自動車産業内における自動車のシンボリックあるいはファンの要素

表1 イノバティブ行動及び働きがいに影響を与える特性・職場環境(回帰分析結果)

被説明変数	イノバティブ行動	働きがい
研究開発ダミー		
楽観主義的		
良いチーム風土		
コンフィデンス		
エネルギー		
パッション		
周りへの影響力		
責任感	+	
チームワーク喚起	+	
挑戦促進型上司	+	+
責任感を持つリーダー		
イノバティブ行動		+

※p<.05水準である項目の符号を表示

への傾倒(あるいは作り手側の思い)とは乖離しているという結果が示されており、組織外における知(アイデア)の把握の重要性を指摘するものといえる。

(2)インターネット調査による、組織内での知識移転・共有といったイノベーションを促進させる行為(イノバティブ行動)を加速化させる要因分析結果は表1の通りである。この従属変数は「知識内で有益なアイデアを提案・共有する行動の頻度」と「働きがい」である。

分析の結果、個人特性として、「責任感が強い」とイノバティブ行動を起こしやすい可能聖が示唆された。また、「チームワークを喚起してくれるリーダー」「新たなこと・困難なことに挑戦することを促進してくれる上司」がいる場合、イノバティブ行動を起こしやすいことも示唆された。なお、一般的に知識共有の場面が多く知識の重要性を強く認識しているであろう研究開発職とそれ以外の職種との間にイノバティブ行動の頻度における差は示唆されなかった。したがって、「責任感が強い」という個人特性、「チームワークを喚起してくれるリーダー」「挑戦することを促進してくれる上司」の存在はいかなる職種においてもイノバティブ行動を引き起こす可能性が示唆された。

次に、働きがいを従属変数とした分析では、「新たなこと・困難なことに挑戦することを促進してくれる上司」がいること、イノバティブ行動の頻度が高いことが働きがいを高めるという結果が得られた。このことから、職場内での知識共有や提案などによる「職場内での知識交換コミュニケーション」は従業員の仕事へのエンゲージメントを高める効果が期待できることが示唆された。また、本研究で収集したものは別のデータセットによって行った研究では、上司からのサポートや職場内でのコミュニケーション頻度の高さが知識共有を促すことも指摘されている。

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 1 件)

①田中秀樹、「研究開発者・技術者の職務満足度とワーク・エンゲージメントに関する考察」『京都学園大学経済経営学部論集』、査読無、第5巻、2017、pp. 53-67.

〔学会発表〕(計 10 件)

①田中秀樹、キャリアマネジメント充実と個人特性による働きがい・創造的行動への影響、人材育成学会第15回全国大会、2017年12月10日、法政大学

②田中秀樹、研究者・技術者の海外経験が創造的行動に与える影響、経営行動科学学会第20回年次大会、2017年11月3日、同志社大学

③Hideki. S. Tanaka, "Does Work Engagement Facilitate Creative Behavior among Japanese R&D workers? : An Empirical Investigation for the Effects of Job/Individual Resources", WORK2017, 2017.08.17, University of Turku, Turku, Finland.

④田中秀樹、職場コミュニケーション及び職場風土が技術者の職務態度・行動に与える影響についての研究、経営行動科学学会第19回年次大会、2016年11月5日、明治大学

⑤Philippe Byosiére, "Motives for Car Use among Young Drivers: A Global Social-Constructivist Pilot Study", The University of Michigan Transportation Research Institute Automotive Futures Conference, 2016.04.13, University of Michigan, Michigan, USA.

⑥Philippe Byosiére, "Feel to Leap: La movilizacion de los conocimientos en contexto de innovacion: El individuo en el centro del proceso organizativo", Estrategias y Organizacion de Empresas Biotecnologicas, 2016.02.17, Universidad Autonoma Madrid, Madrid, Espana.

⑦Philippe Byosiére, "Sustainable Innovation: Feel to Leap", The 9th International Symposium of Management and Marketing and the 10th ESPM Management Conference, 2014.11.11, ESPM, Sao Paulo, Brazil

⑧Philippe Byosiére, Hideki S. Tanaka and Denise Luethge, "Domestic Leadership in Crisis: Gen Y and Automobiles in Japan", The International Federation of Scholarly Associations of Management (IFSAM) World Congress, 2014.09.04, Meiji University, Tokyo, Japan.

⑨Philippe Byosiére, Denise Luethge and Hideki S. Tanaka, "The Young and the Restless: Unwavering Consumer Mindset versus Automotive Leadership", 22nd International Colloquium of GERPISA (The International Network of the Automobile), 2014.06.04, Kyoto University, Kyoto, Japan.

〔図書〕(計 1 件)

①Philippe Byosiére, Denise Luethge and Alan Vas, "La mobilisation des connaissances en contexte d'innovation l'individu au cour du processus organisationnel.", In Paul Beaulieu et Michel Kalika. "La creation de connaissance par

les managers", pp.71-88, EMS Editions, 2015.

〔産業財産権〕
なし

○出願状況(計 0 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
国内外の別：

○取得状況(計 0 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕
ホームページ等
なし

6. 研究組織

(1)研究代表者
フィリップ・ビオジュール (BYOSIERE, Philippe)
同志社大学・ビジネス研究科・教授
研究者番号：50367976

(2)研究分担者
田中 秀樹 (TANAKA, Hideki)
京都学園大学・経済経営学部・准教授
研究者番号：90567801

(3)連携研究者
()

研究者番号：

(4)研究協力者
()