

共創イノベーションの分析に関する学際的研究

Interdisciplinary research on the analysis of co-creation innovation

研究代表
所 伸 之
TOKORO Nobuyuki

所 管：特定プロジェクト研究
研究期間：令和2年度～令和4年度
研究代表者：所 伸之（本学教授）
研究分担者：児玉 充（本学教授），安田 武彦（本学教授），
長谷川 勉（本学教授），鈴木 正明（本学教授），
水野 学（本学教授），中川 充（本学准教授），
石田 大典（本学准教授）

研究の目的・概要

本研究は昨年度の研究課題を継続して遂行するものであり、研究目的・内容に関して昨年度と変更点はない。すなわち、研究目的・内容は以下の通りである。

異なる主体間の共創によりイノベーションを創造することへの関心が高まっている。多様な知やノウハウ、価値観等を有する者同士が集まり、交わる中で新しい価値が生み出されるということは、これまでのイノベーション研究においてある程度正当化された事実として認識されており、現在はそのプロセスやメカニズムの解明に焦点が集まっている。例えば、サービスマーケティングの分野では、Vargo & Luschの提唱したService-Dominant Logic (S-D Logic) が注目されており、企業と顧客の共創によりサービスを創造するという考え方の下、そのプロセスの分析に焦点を当てている。同様に、Prahalad & Ramaswamyもまた21世紀の市場は企業同士の競争の場としての機能だけではなく、企業と顧客の共創の場としての機能も併せ持つと主張しており、共創のプロセス、メカニズムの分析を行っている。さらに、戦略論の分野ではChesbroughが提唱した「オープンイノベーション」のコンセプトが広く普及しており、イノベーションを創造するためには自社の有するリソースのみに依存するのではなく、他社のリソースと共創することが重要であり、そのためには自前主義から脱却し、自社の有するリソースをオープンにしなければならないとしている。本研究は、こうした先行研究の知見を踏まえながら学際的、多面的なアプローチにより「共創」のプロセス、メカニズムの分析、検証を行い、イノベーション研究に新たな知見を提供することを目的とする。本研究プロジェクトの構成メンバーは、主に経営学、マーケティングを専門領域としているが、経営学、マーケティングという学問自体が学際的性格を有しており、研究者により多様な視点、アプローチが存在する。従って、本研究ではメンバー

各自が有するオリジナルな視点やアプローチを尊重し、敢えてプロジェクトチーム全体としての統一した視点やアプローチは取らないこととする。メンバー各自が各々の視点から「共創」のプロセスやメカニズムを分析、検証し、インプリケーションを提示することが第一の目的である。また、各自が分析する対象も多様である。すなわち、メンバーの主たる関心事に基づき分析対象は、スマートシティ、ICT、ベンチャー企業、多国籍企業、協同組合、中小企業、アジアのイノベーション政策、マーケティング、消費者参加型製品開発等、多岐に渡っている。また分析アプローチの手法も文献サーベイ、ヒアリング調査、アンケート調査等、様々なアプローチをとることになる。

しかしながら、共同研究という形態をとる以上、全体としての統一性を保つことも重要である。そこで、メンバー各自が導出したインプリケーションを精査し、チーム全体としての何がしかのインプリケーションを導出する作業を行わなければならない。すなわち、「共創」プロセス、メカニズムの解明につながるチーム全体としての見解である。これが本研究の第二の目的である。分析の対象もアプローチ法も多様ななかで、共通項を抽出することは困難が予想されるが、ここで一定の成果が得られれば、本研究において導出されたインプリケーションは特定の文脈に依存した特殊解ではなく、ある程度の普遍性、妥当性を有する一般解としての評価を得ることが可能になる。そして、最終的には導出されたインプリケーションを理論的に整理し、「共創」イノベーションに関する理論的フレームワークを構築することが最終的な目的である。

活動経過報告

所はスマートシティの事例研究を継続して行い、企業・行政・市民の共創のプロセスや課題について分析を行った。また今年度は当該研究プロジェクトの最終年度ということもあり、研究成果の発信も積極的に行った。具体的には日本経営学会第96回全国大会の統一論題において「脱炭素社会への移行に向けて経営学の果たす役割：共創による価値創造プロセスの探求」というタイトルで報告を行った。さらにこの報告内容をベースに論文を作成し、日本経営学会誌に寄稿した。また、2023年3月にベトナムのハノイ経済大学で開催予定のIFEAMA (International Federation of East Asian Management Association) 国際大会で発表する予定であり、エントリーの手続きを進めている。

児玉はZoomのイノベーション研究を探索した。Zoomはビデオ会議システムというシステム・イノベーションにおける調整コストを削減し、製品開発のスピードならびに市場の規模と範囲の拡大を実現した。この要因として、各モジュール間 (hardware, software, service) の最適化インターフェイスの設定 (e.g., オープン&クローズのハイブリッド思考) に同社独自のアーキテクチャ思考とシステム思考の存在がある。本研究では、21世紀の digital media innovation や digital transformation (DX) を担う代表的なハイテク企業であるZoomのシステム思考についての分析と考察、さらには実践的インプリケーションを探索した。

安田は文化経済学の先行研究を踏まえながら、昨年度に引き続き現代アートによるデザイン・ドリブン・イノベーションと地域再生について考察した。今年度の研究では、まず新興技術の活用による新たな意味のイノベーションの創生に関する分析に焦点をおき、次に地域に社会変革を起こすためのソーシャル・イノベーションのエコ・システム形成について考察した。このエコ・システムにおいて重要な役割を演じるのが社会的企業家であり、

地域においてソーシャル・イノベーションのプラットフォームを形成するための強力なリーダーとなる。文化資本を活用しソーシャル・ビジネスとして地域に新たな社会的価値を創造する社会的企業家の役割を明らかにした。こうした研究成果は令和5年度に日本消費経済学会にて研究報告する予定である。

長谷川は次のような問題意識で研究を進めた。すなわち、価値共創と共創型イノベーションは、ともに異なる意味を持つものの、共創という単語を共有している。この共創の主体は財・サービスの供給者とそれらを消費する消費者であり、何らかの形で相互作用が働いている。ここでの研究目的は、この相互作用そのものあるいはそれらを用いたイノベーション・価値共創を論じることではなく、相互作用が働くための前提条件ないしは組織基盤の特質を理論的に解明することにある。このことを容易に理論構築するために、協同組織金融という組織形態を特に俎上に載せることにした。最初に価値共創に関する主要文献をサーベイし、次に、協同組織で行われている事例を参照した。最後に協同組織金融における共創基盤の理論構築を試みる予定である。

鈴木は次のような問題意識で研究を進めた。すなわち日本においては、日本的雇用慣行、なかでも年功賃金によってイノベーションの重要な担い手である起業家が輩出しないとされる。しかし、この点については十分実証されていない。そこで、本プロジェクトにおいては、国際比較調査、グローバル・アントレプレナーシップ・モニター（GEM）を主なデータソースとして年功賃金が起業活動にどのような影響を与えているのかについて研究を進めてきた。その結果、賃金プロファイルの傾きが急な国では①起業意図を有する確率が低下する傾向が弱いながらもみられること、②開業直後の起業家である確率が上昇すること、ただし③起業スキルを有すると認識する人が誕生期の起業家である確率は低下することなどが明らかにされた。上記の成果を『商学集志』掲載の論文において公表した。鈴木正明「年功賃金は起業活動を抑制しているのか？」『商学集志』92（1），pp.71-95（2022年6月）

水野はユーザー起業家をサポートする仕組みに関して、理論と実践両面から研究活動をおこなっている。研究活動は以下の2つである。1つめは文献研究である。そこでは①イノベーション概念の多様化に起業研究が追いついていないこと、②新しいイノベーション形態に対応した支援策が議論されていないことを指摘した。この成果は、4月刊行予定の著書（タイトル未定、分担執筆）にて発表予定である。2つめは事例研究である。上記②に関して、DMM.makeというもののづくり支援サービスおよび利用企業を対象とした事例研究を実施している。この成果は、①日本マーケティング学会アニュアルカンファレンス（2022年10月16日法政大学）でのセッション開催および報告の実施、②2023年9月刊行予定のマーケティングジャーナル（日本マーケティング学会）への論文投稿に向けて準備を進めている段階である。

中川は本研究プロジェクト「共創イノベーションの分析に関する学際的研究」に関連して、論文1本と学会発表2件の成果を公表した。論文では、日本の多国籍企業を対象とした大規模調査をふまえて、組織内部のアクター（本国親会社や他の海外子会社）や、外部のアクター（取引企業や外部機関など）と、グローバル・イノベーションを創出するための戦略・組織について、実態解明を行った。また、学会発表では、新興国市場において組織外部との連携を強めることが、新たな知識創造につながるという研究成果を、組織のコントロール・マネジメントや経営哲学の観点からあらためて整理し、発表した。以下に研究成果の詳細を記す。

●研究成果

【論文2本】

中川充・岩田智・多田和美 (2022) 「日本企業におけるグローバル・イノベーションの実態」『商学集志』, 92 (3), pp.103-124.

【学会発表2件】

中川充「資源蓄積のジレンマとその超克」, 経営哲学学会第39回全国大会 統一論題 (招待), 2022年8月30日, 日本大学商学部.

中川充「資源蓄積のジレンマ – 多国籍企業研究の方向性と可能性」, 多国籍企業学会第86回東部部会 (学会賞セッション), 2022年10月22日, 明治大学.

石田は2023年度は新製品開発におけるチーム要因がパフォーマンスに及ぼす影響について, 先行研究のレビューを基にメタアナリシスを行った。Schmidt and Hunter (2015) のインタラクティブ法による分析の結果, 製品開発チームのチーム・アイデンティティやリーダーシップなど, いくつかの先行要因の影響が支持された。また, B to Bビジネスにおける技術的イノベーションの普及に関する研究にも取り組んだ。具体的には, 雑誌広告を操作したフィールド実験の結果を分析した。この研究結果について, 沖縄で開催されたIMP Asia において, Longitudinal analysis of referral campaign effects in industrial marketsというタイトルで発表した。