

◆巻頭言◆

## 研究部会の10年間を振り返って ～知の創造と実践知の共創～

日本ナレッジ・マネジメント学会専務理事・研究部会長 植木 英雄  
(筑波学院大学経営情報学部ビジネスデザイン学科 特別招聘教授)



知の創造研究部会は、2008年3月に小職の年次大会報告を契機として知の創造研究部会を創設することになりました。6月に大手町ビル会議室（東京経済大学）で第1回研究部会を開催して以来、今年5月18日に開催する第42回研究部会で10年になります。

本研究部会は、先進企業における知の創造がどのような要因や条件により促進されるのか、また企業内外の環境変化に適応した知の創造と経営革新のプロセスを事例研究による探索から明らかにすることを主目的として発足しました。また、異業種・異分野間の知的交流に富むクリエイティブな研究会を通じて、新たな知や発想の気付き等を共有・協創し、「知の創造を促進するマネジメント・モデル」の在り方を探索し、実践知の創造を目指しております。

そもそも、この研究部会を立ち上げた背景の経緯として、小職が2004年度から4年間研究主査として、文部科学省・科学研究費の助成研究プロジェクト「知の創造を促す組織学習と人材育成—日米企業の比較分析」を行なったことに起因しております。この研究成果報告会を東京経済大学で行い、その際に本学会の役員・会員を含む百名の参加者を得て、公開フォーラムを実施したことが、その後の本研究部会の創設に繋がりました。

部会の名称を「知の創造」とした理由は、既に当時の米国企業で知識・データの構築と共有がルーチン化して、ナレッジ・マネジメントの概念がある意味で陳腐化し、その意義や使命を企業のCIOやCTO等の担当者との面談調査から察知するに至ったからです。そこで、これからは陳腐化する知識の蓄積ではなく、実践知の創造と組織的な人材育成がより重要になると考えたからです。

さて、この部会立ち上げの基になった実証研究（日米の自動車、情報企業の主要企業28社のデータを仮説検証により定量分析すると同時に、インタビュー調査（171名）の定性分析や事例研究を加味して知の創造を促進するマネジメント・モデルを導出）の研究成果は、『知を創造する経営—日米主要企業の実態の解明—』として文眞堂より2011年10月に出版されました。

本部会では、この研究対象を他の業種（中小企業を含む）にも対象として広げ、研究を掘り下げて部会メンバーが分担で事例研究を実施し、これらの研究成果を部会や年次大会で発表しながら、完成度を高めて参りました。これらの成果発表会として、2010年9月に本学会の研究発表大会を東京経済大学の大会議室で行い、約百名の参加者を得て研究発表と討論が活発に展開されました。

本研究部会では、年4～5回程度研究会を毎年継続して行っており、研究会には外部講師も適宜招聘して研究発表と討論を重ねてきました。このような研究会の運営プロセスを経て、2013年12月に遂に研究部会の成果として、『経営を革新するナレッジ・マネジメント—ケースで学ぶ実践知の協創—』を中央経済社から上梓することができました。

また、本研究部会活動を踏まえ、メンバーの中から「組織知の形成・持続研究部会」と「実践ナレッジ・イノベーション研究部会」が新たに発足しました。まさにオープンイノベーション時代の先駆けとして機能分化が展開されています。

本研究部会には、現在50名を越す多くの会員が登録されており、また、法人会員（以前は3社の法人会員、現在富士通ラーニングメディア）もあります。研究部会は原則としてオープンで、メルマガでも毎回事前にご案内をしております。知の創造研究部会では創設以来、第2フェーズ期に入っており、イノベーション活動や知の創造の最先端にいる企業の実務家や研究者も集い、毎回複数の報告者を交えて活発な質疑討論やワークショップを展開しております。因みに、3MジャパンやNTTデータ等との協働により、オープンイノベーションやデザイン思考などの実践ワークショップも実施しております。また、研究会終了後は恒例の懇親会で交流を深めております。

異業種・異分野間の知的交流に富むクリエイティブな研究会を通じて、新たな知や発想

の気付きなどを共有・協創する、Learning by Doingの実践知能力の開発も実践しております。今後とも、産学にまたがる研究者と実務家との連携・協働により、クリエイティブな研究活動を新しい参加者も交えて行っていきたいと思っております。