

◆巻頭言◆

知の創造（研究部会の7年間を振り返って）

日本ナレッジ・マネジメント学会理事・研究部会長 植木 英雄
(東京経済大学教授)



知の創造研究部会は、2008年6月19日に大手町ビル会議室（東京経済大学サテライトオフィス）で第1回研究会を開催して以来、今年6月19日に開催する第32回研究会で丸7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（インタビュー調査書を活用）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などを共有・協創し、「知の創造を促進するマネジメント・モデル」の類型化と成果の公表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年間研究代表として、本学会員の植木真理子教授、他2名の大学教授をメンバーに加えて、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—一日米企業の比較研究—」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。

この研究では、日米の自動車、情報企業の主要企業28社におけるアンケート調査結果（1106回答）を統計解析する一方で、インタビュー調査（171名）の半構造質問票の結果を定性分析する一方で、1106名の回答データを定量分析し、仮説検証を行い、実証分析と事例研究等を加味して、知の創造を促進するマネジメント・モデルを導出しました。研究成果は、本学会の出版助成に採択されて『知を創造する経営—一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。

この研究対象は、特定業種の大企業であったため、本学会の大会で発表の際に、他分野の業種（中小企業も含む）を対象として、研究を掘り下げて継続する意義を述べたところ、会員有志の賛同が得られて、本研究部会を立ち上げることになりました。

そこで、本部会では、まず科研費助成研究で作成した調査質問票をベースにして、回

答用の成熟度設問等を加味した質問書を修正作成して、研究部会参加者が分担で事例研究を実施することにしました。これらの研究の中間発表は逐次研究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。

また、2010年9月に本学会の第2回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一』を中央経済社から上梓することができました。

なお、この研究成果は大学教育の場でも還元するため、2013年度後期に東京経済大学の特別企画講義として採択され、履修者370名（市民聴講者を含む）の前で13名の部会員が交替でゲスト講義を行いました。

本研究部会には、現在40名近くの会員が登録されており、また日本リファイン、富士通ラーニングメディア、日本IBMの3社も法人会員となっています。研究部会は原則としてオープンで、メルマガでも事前にご案内をしております。ちなみに、前回の研究会では、大きな会場を借りて、SNS等でも参加案内をした結果、50名を超える参加希望者があり、会場は熱気に包まれて、全員参加型のワークショップ方式の研究討論会を行ないました。研究会終了後は恒例の懇親会で交流を深めております。

本研究部会は、創設以来7年になり、昨年より第2フェーズ期に入っております。次回の研究部会では、外国人会員を含む国際ビジネス経験が豊富な会員とゲストを招いて、「異文化経営とグローバルコミュニケーション」をテーマとした研究部会を行ないます。

また8月の研究部会では、「デザイン、ブランド価値主導のイノベーション」をテーマにしたワークショップを企画しております。

今後とも、産学にまたがる研究者と実務家との連携、協働でクリエイティブな研究活動を常に新しい参加者も交えて行っていきたいと思います。いつも研究会の会場として活用している東京経済大学を115年前に創設した大倉喜八郎翁の座右の銘に「進一層」があります。本研究部会もこの「進一層」の精神で精進していきたいと思います。