

|              |  |
|--------------|--|
| Title        | イノベーションに向けた新しい技術と知識の獲得に関する研究   |
| Author(s)    | 清水, 千華   |
| Citation     | 大阪大学, 2024, 博士論文   |
| Version Type |  |
| URL          | <a href="https://hdl.handle.net/11094/96366">https://hdl.handle.net/11094/96366</a>  |
| rights       |  |
| Note         | やむを得ない事由があると学位審査研究科が承認したため、全文に代えてその内容の要約を公開しています。全文のご利用をご希望の場合は、 <a href="https://www.library.osaka-u.ac.jp/thesis/#closed">〈a href="https://www.library.osaka-u.ac.jp/thesis/#closed"〉</a> 大阪大学の博士論文について <a>〉</a> をご参照ください。 |

***Osaka University Knowledge Archive : OUKA***

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

## 論文内容の要旨

氏名 ( 清水千華 )

論文題名 イノベーションに向けた新しい技術と知識の獲得に関する研究

## 論文内容の要旨

企業は、進展するコモディティ化に対して、生産コストの最小化だけでなく、製品・サービスの価値の探索や深化がますます求められるようになった。企業は組織外部を探索することにより、新たな知識・技術にアクセスすることができるが、これらを組織内に取り込み、より価値の優れたイノベーションをどのように創出していくべきか。この課題に対して、本研究は「イノベーションに向けた新しい技術と知識の獲得」をテーマに挙げて検討を行っていく。外部知識・技術を活用するイノベーションのプロセス、すなわち「イノベーションの外部ソースの探索」「外部ソースの組織内への統合」「イノベーションの商業化」の3つのフェーズに基づき、マクロ・ミクロの視座から検討を行った。

第2章では、外部知識・技術の探索・統合にかかる認知を捉える。具体的には、ビジネスモデル・イノベーションとしてデジタル・トランスフォーメーション (DX) を事例に挙げ、COVID-19感染拡大という外生的ショックの発生とともにイノベーションの採用・普及に影響を与えうる認知がどのように変容したか、マクロ的な視座から検討を行った。第3章では、イノベーションの成果に対する組織的な能力の影響をマクロ的視点から分析している。前章と同様にDXを事例にとり、不確実性の高い環境下において、組織的能力や戦略志向性がDXの成果にどのような効果を与えるか検討を行った。第4章では、外部知識の探索・統合に貢献する人材に焦点を当て、彼らを企業のイノベーション・プロセス内に取り込むには、どのようにアプローチすべきかミクロ的な視点から検討している。具体的には、企業内と市場の双方に存在する、リード・ユーザー性 (lead users) というユーザー・イノベーターの特性を持つ人材の分布の差異を明らかにしている。第5章では、前章に引き続き、知識の探索・統合に貢献する人材に焦点を当てている。とくに、知識の探索と統合にかかる組織内のメカニズムについて、従業員の個人特性の影響を検証した。そして最終章では、本研究のまとめと今後の展望について議論を行った。

## 論文審査の結果の要旨及び担当者

| 氏 名 ( 清 水 千 華 ) |     |     |              |
|-----------------|-----|-----|--------------|
|                 | (職) | 氏 名 |              |
| 論文審査担当者         | 主 査 | 教授  | 勝又 壮太郎       |
|                 | 副 査 | 教授  | ウィラワン ドニ ダハナ |
|                 | 副 査 | 教授  | 開本 浩矢        |

## 論文審査の結果の要旨

## [論文内容の要旨]

本論文は、企業のイノベーション創出に焦点を当て、外部要因・内部要因の双方から、イノベーションに向けた新しい技術と知識の獲得につながるプロセスと要因を検討するものである。論文は全5章で構成されている。

第1章では、先行研究の整理と本論文の研究目的が示された。進展する製品のコモディティ化に対して、新製品開発コストの最小化だけでなく、製品・サービスの価値の探索や深化が求められるようになった背景を提示し、企業が組織外部を探索することの重要性が議論された。また、新たな知識・技術を組織内に取り込み、より価値の優れたイノベーションを創出するためのプロセスが提示された。

第2章は、イノベーションを創出する外部資源について、その社会的認知を捉えることを目指している。具体的には、ビジネスモデル・イノベーションとしてのデジタル・トランスフォーメーション(DX)を事例に挙げ、COVID-19感染拡大という外生的ショックに対してイノベーションの採用や普及に影響を与える認知がどのように変容したか、産業横断的な視座から検討を行っている。分析においては新聞記事のテキストデータを利用し、トピックモデルによって記事の分類を試みるなど、新しい手法を積極的に用いている。

第3章では、イノベーションの成果に対する組織的な能力の影響を定量的に検討している。第2章と同様にDXを事例として、不確実性の高い環境下において組織能力や戦略志向性がDXの成果にどのような効果を与えるか検討を行っている。

第4章では、イノベーションを創出する外部資源について、その探索および統合に貢献する組織内の人材に焦点を当てている。また、こうした人材を企業のイノベーションプロセス内に取り込むための方法を議論している。具体的には、市場に存在するリードユーザー(Lead Users)と、組織内に存在する埋め込まれたリードユーザー(Embedded Lead Users)を対象に、この特性をもつ個人の分布を明らかにしている。

第5章では、前章に引き続き、知識・技術の探索および統合に貢献する人材に焦点を当て、より詳細な分析を行っている。とくに第5章では、組織内のコミュニケーションについて、従業員の個人特性を取り上げて検討している。具体的には、組織外部志向性としてのリードユーザー性、組織内部志向性として組織アイデンティフィケーションという個人特性に注目し、組織内のコミュニケーションの活性化にどのような影響を与えるか検討している。

第6章では本研究のまとめと限界について議論されている。

## [審査結果の要旨]

本論文は、企業のイノベーション創出に焦点を当て、外部要因・内部要因の双方から、イノベーションに向けた新しい技術と知識の獲得につながるプロセスと要因を検討したものである。イノベーション・マネジメント、経営戦略論、消費者行動研究など、関連する分野の研究成果を柔軟に結合させ、新しい分析手法を積極的に活用するなど、意欲的かつ独創性の高い研究である。本論文から得られた知見は学術的、実務的に高い価値があると評価できる。したがって、本論文を博士(経営学)に値するものと判断する。